

LE ROLE DU CONSOMMATEUR

DANS

L'ECONOMIE MODERNE

(d'après les doctrines et les faits plus particulièrement en France)

THÈSE POUR LE DOCTORAT

(Politique et Économique)

Présentée et soutenue le 3 Juin 1922, à 3 heures 1/2

PAR

Georges Z. STRAT

Titulaire de la Bourse d'Économie Politique
de l'Université de Jassy

Président : M. GERMAIN-MARTIN, professeur.

Suffragants { MM. F. FAURE } *Professeur*
 { Ed. DOLLÉANS } *Chargé de cours.*

PARIS (VI^e)

ÉDITIONS DE LA VIE UNIVERSITAIRE

13, QUAI DE CONTI, 13

—
1922

THÈSE
POUR LE DOCTORAT



Digitized by the Internet Archive
in 2026

LE ROLE DU CONSOMMATEUR

DANS

L'ECONOMIE MODERNE

(d'après les doctrines et les faits plus particulièrement en France)

THÈSE POUR LE DOCTORAT.

(Politique et Économique)

Présentée et soutenue le 3 Juin 1922, à 3 heures 1/2

PAR

Georges Z. STRAT

Titulaire de la Bourse d'Économie Politique
de l'Université de Jassy

Président : M. GERMAIN-MARTIN, professeur.

Suffragants { MM. F. FAURE } *Professeur*
 { Ed. DOLLÉANS } *Chargé de cours.*

PARIS (VI^e)

ÉDITIONS DE LA VIE UNIVERSITAIRE

13, QUAI DE CONTI, 13

1922



*La Faculté n'entend donner aucune approbation
ni improbation aux opinions émises dans les thèses;
ces opinions doivent être considérées comme propres
à leurs auteurs.*

BIBLIOGRAPHIE

1. **Aftalion.** — *Les crises périodiques de surproduction.* Rivière Paris, 1913, 2 vol.
— *Evolution de la production. Le rythme actuel de la vie économique, dans les problèmes actuels de l'Economie.* Alcan, Paris, 1921.
2. **Auburtin.** — *Le Play,* Petite Bibliothèque Economique. Guillaumin, Paris.
3. **Barraut.** — *Economie Politique Classique. Revue d'Histoire des Doctrines économiques et sociales,* Paris 1910.
4. **Bassetti.** — *Les consortiums,* Thèse, Paris, 1919.
5. **Baudrillart.** — *J.-B. Say,* Petite Bibliothèque Economique, Guillaumin.
6. **Bouglé (C.).** — *Le solidarisme,* Giard et Brière, Paris 1907.
— *Les sciences sociales en Allemagne,* Alcan 2^e édit. Paris 1912.
— *Leçons de sociologie sur l'évolution des valeurs.* Armand Colin, Paris, 1922.
7. **Bohm-Bawerk (E. V.).** — *Kapital und Kapitalzins, Geschichte und Kritik der Kapitalzins Theorien,* IV^e Auflage, Jena, 1921, 3 vol.
8. **Bourgeois (L.).** — *Solidarité,* A. Colin, 3^e édit., Paris, 1902.
9. **Boulanger.** — *Les coopératives de Consommation en France pendant la guerre, 1912-1918,* Thèse Lille, 1920.
10. **Bourgin (H.).** — *Fourier,* Thèse Lettres, Paris, 1905.
11. **Bourguin (M.).** — *Les systèmes socialistes et l'Evolution économique* A. Colin, 1913, Paris.
12. **Blanqui.** — *Histoire de l'Economie Politique,* 1860, Paris.
13. **Bücher (Karl).** — *Die Entstehung der Volkswirtschaft,* I und II. Sammlung, 16^e Auflage, Tubingen 1920.

14. **Bussac (G.)**. — *Les taxation agricoles*, Thèse Paris, 1919.
15. **Cestre (Charles)**. — *L'usine et l'habitation ouvrière aux Etats-Unis*, Paris, 1921.
— *Production industrielle et Justice sociale en Amérique*, Garnier frères, Paris, 1921.
16. **Cossa (Luigi)**. — *Histoire des doctrines économiques*, Paris 1899.
17. **Cournot (Auguste)**. — *Principes de la théorie des Richesses*, Paris 1863.
— *Considération sur la marche des idées et des événements dans les temps modernes*, Paris 1872, 2 vol.
— *Traité de l'enchaînement des idées fondamentales dans les sciences et dans l'histoire*, Paris 1861.
18. **Clark (John)**. — *The distribution of wealth*, New-York, 1899.
19. **Conrad (J.)**. — *Leitfaden der Politischen Ökonomie bearbeitet von Prof. Dr A. Hesse*, IX^e Auflage, Jena, 1921, 2 vol.
20. **Diehl (Karl)**. — *Theoretische Nationalökonomie, Einleitung in die Nationalökonomie*, Jena, 1916.
21. **Deslandres (M.)**. — *L'acheleur son rôle économique et social. Les ligues sociales d'acheleurs*, Alcan, Paris 1911.
22. **Dolléans (Ed.)**. — *De l'accaparement*. Paris 1908.
23. **Feilbogen**. — *Evolution des idées économiques et sociales en France depuis 1870. Revue d'Histoire des doctrines économiques et sociales*, Paris 1910.
24. **Faure (Fernand)**. — *Les ligues d'économies. Revue politique et parlementaire*, 1917.
26. **Fourier (Charles)**. — *Théorie des Quatre Mouvements et des destinées générales*, Leipzig, 1808.
— *La Fausse Industrie*, Paris, 1836, 2 vol.
— *Le nouveau monde industriel et sociétaire*, 1841.
— *Théorie de l'unité universelle*, t. III, 1841.
26. **Foville (A. de)**. — *La transformation des moyens de transport*, Paris, 1880.
27. **Gide (Charles)**. — *Cours d'Economie Politique*, Paris 1914.
— *Fourier*, Petite Bibliothèque Economique, Guillaumin, Paris
— *La coopération*, conférences de propagande, 2^e édit. Larosse, Paris, 1 .
— *Essai d'une philosophie de la solidarité*, Alcan, 1902,

- *Les sociétés coopératives de Consommation*, L. Tenin, Paris 1917.
La Consommation. Problèmes actuels de l'Economie. Alcan 1921.
28. **Gide (Charles) et Rist (Charles)**. — *Histoire des doctrines économiques*, Paris, 1913.
29. **Gittermann (M.)**. — Les mesures sociales de guerre prises par les villes allemandes. *Annales de la régie directe*, Genève, année 1917.
30. **Hasbach**. — *Güterverzehrung und Güterhervorbringung*, Jena, 1906.
31. **Hitier (H.)**. — Sismondi, ses doctrines économiques et sociales. *Revue d'Economie politique*, année 1899. Paris.
32. **Harris**. — *Coopération. The hope of the Consumer*, New-York, 1919.
33. **Huber (A.)**. — Vers la baisse des prix. *Revue politique et parlementaire*, Paris, 1921.
34. **Kleinwächter**. — *Lehrbuch der Nationalökonomie*, Leipzig, 1921.
35. **Labriola**. — *Essai sur la conception matérialiste de l'Histoire*, trad. par Bonnet, 2^e édit., Paris 1902.
36. **Ledan**. — *La détermination des prix par l'autorité publique pendant la guerre*, Thèse Paris, 1919.
37. **Levasseur (A.)**. — *Histoire des classes ouvrières et de l'industrie en France, avant 1789*, Rousseau, 2^e édit., Paris 1900, 2 vol.
— Foires et marchés en France, pendant la royauté féodale, *Revue d'Histoire doctrines économiques et sociales*, année 1910
38. **Lévy (Gaston)**. — Rapport du Comité technique des revenus et consommations, *Statistique générale de la France*, 1921.
39. **Liautey**. — *La hausse des prix et la lutte contre la cherté en France, au XVI^e siècle*, Thèse Paris, 1922.
40. **March (Lucien)**. — Rapport général sur les travaux de la Commission centrale d'études relatives au coût de la vie *Statistique générale*, Ministère du Travail, 1921.
41. **Martin (Germain)**. — *La grande industrie en France, de 1715 à 1774*, Paris, 1900.
— *L'évolution économique des grandes nations, aux XIX^e et XX^e siècles*, Paris 1910.
— *Cours d'économie sociale*, année 1921-1922, Paris,

42. **Martin-Saint-Léon (E.)**. — *Le petit commerce français*, 2^e édit. Paris, 1914.
— *La bourgeoisie française et la vie chère*, Musée social, 1921.
43. **Mantoux (Paul)**. — *La révolution industrielle au XVIII^e siècle*, Essai sur les commencements de la grande industrie moderne en Angleterre, Thèse Lettres, Paris, 1905. 1
44. **Nogaro (B.) et Oualid (W.)**. — *L'évolution du commerce du crédit et des transports depuis cent cinquante ans*, Alcan, Paris, 1914.
45. **Peissi (Pierre)**. — *De quelques moyens d'action entrepris par un certain nombre de municipalités et le Ministère du Ravitaillement pour lutter contre la vie chère*. Thèse, Montpellier 1920.
46. **Perreau**. — *Cours d'économie politique*, 2 vol. in-8. Paris.
47. **Pierson**. — *Traité d'Economie Politique*, Paris, 1916, 2 vol.
48. **Pigeonneau**. — *Histoire du commerce de la France*, Paris 1885,
49. **Pinard (A.)**. — *La consommation, le bien-être et le luxe*, Doin, Paris, 1918.
50. **Play (Le)**. — *Les ouvriers européens*, Paris 1855.
— *La réforme sociale en France déduite de l'observation comparée des peuples européens*, Paris, 1866, 2 vol.
— *L'Ecole de la paix Sociale, son histoire, sa méthode et sa doctrine*. Tours, 1881.
51. **Poisson (Ernest)**. — *La République coopérative*, 2^e édition, Paris, 1920.
52. **Polier (L.)**. — *Origine des consortiums*, *L'Europe Nouvelle*, juin 1918.
— *La théorie du juste prix*, Thèse Toulouse, 1902.
53. **Rambaud (J.)**. — *Histoire des doctrines économiques*. Larose, Paris, 1899.
54. **Rist (Charles)**. — *L'épargne son rôle social et psychologique*. *Revue de métaphysique et de morale*, 1921.
55. **Roche-Augussol (Maurice)**. — *La psychologie économique chez les Anglo Américains*, Thèse Lettres, Montpellier, 1918.
56. **Ruskin (J.)**. — *Unto this last. Four Essay son the First Principles of Political Economy*. George Allen, London, 1905.
57. **Say (J.-Baptiste)**. — *Cours complet d'Economie politique*, Paris 1840, 2 vol.

58. **Schlösser (Robert)**. — *Konsumenten Kammern*, Denkschrift Reichsverband deutscher Konsumvereine, Jena, 1916.
59. **Schmoller (G.)**. — *Principes d'économie politique*, Bibliothèque Internationale d'économie politique, trad. L. Polack, Giard, Paris, 1908, 5 vol.
60. **Sismondi (J. C. L. Sismondi de)**. — *Nouveaux principes d'économie politique*, Paris, 1827, 2 vol.
61. **Sombart (Werner)**. — *Der moderne Kapitalismus*, 2^e Auflage, Dunker et Humbold, München und Leipzig, 1916, 3 vol.
— *Sozialismus und Sozialbewegung*, VIII Auflage, G. Fischer, Jena, 1919
62. **Souchon (Auguste)**. — *Les cartels d'agriculture en Allemagne*, Paris, in-16, 1901.
63. **Stuart Mill (John)**. — *Principes d'économie politique*, trad. Dusard et Courcelle-Seneuil, 3^e édit, 1873, Paris, 2 vol.
64. **Tarde (A. de)**. — *L'idée du juste prix*, Thèse Paris, 1906.
65. **Tarde (Gabriel)**. — *Les lois de l'imitation* Etude sociologique, Alcan, Paris, 1890.
66. **Taine**. — *Les origines de la France contemporaine*, Hachette, Paris, 1885, 11 vol.
67. **Tessier**. — Rapport sur les travaux du comité technique du Commerce. *Statistique générale*, Paris, 1921.
68. **Tardy**. — *Le problème de la socialisation en Allemagne*, Rivière, Paris, 1921.
69. **Truchy**. — *Cours d'économie politique*, Paris, 1919, 1921, 2 vol.
70. **Vandervelde**. — *Le collectivisme et l'évolution industrielle*, Bibliothèque socialiste, n^o 2-4, Paris 1904.
71. **Vignès (G.)**. — *La science sociale d'après les principes de Le Play* Giard et Brière, Paris, 1897.
72. **Wagner (Adolphe)**. — *Les fondements de l'économie politique* trad. Pollak, Paris 190-1913, 5 vol
73. **Zolla (Daniel)**. — La hausse des prix et les interventions de l'Etat *Revue politique et parlementaire*, mai 1921.

Ouvrages encyclopédiques. Revues Périodiques

1. *La Grande Encyclopédie*, Lamirault, Paris.
 2. *Nouveau Dictionnaire d'Economie Politique*, Léon Say et Joseph Chailley Guillaumin, Paris 1900, t. II.
 3. *L'Encyclopédie méthodique*, t. I.
 4. *Handwörterbuch der Staatswissenschaften* Konrad Elster, 3^e édit. Jena, 1908, 8 vol.
 5. Lavissee et Rambaud, *Histoire générale du 14^e siècle à nos jours*, Paris, 1893-1901 à vol.
 6. *Les annales de la régie directe*, Genève.
 8. *Bulletin de la statistique générale de la France*, Paris.
 9. *Bulletin de l'office du Travail*, Paris.
 10. *L'Economiste français*, Paris.
 11. *L'Economiste européen*, Paris.
 12. *L'Expansion économique*, 1919, Paris.
 13. *L'Europe nouvelle*, Paris.
 14. *La Réforme sociale*, Paris.
 15. *La Revue d'Economie politique*, Paris.
 16. *La Revue économique internationale*, Bruxelles.
 17. *Revue d'histoire économique et sociale*, année 1921, Paris.
 18. *Revue d'histoire des doctrines économiques et sociales*, 1910.
 19. *Revue de métaphysique et de morale*, Paris.
 20. *Revue politique et parlementaire*, Paris.
 21. *Statistisches Jahrbuch für das Deutsche Reich*, herausgegeben vom Statistischen Reichsamte Berlin, Verlag von Puttkammer, 1920-1921.
 22. *Verein für Sozial Politik*, Berlin.
-

AVANT-PROPOS

C'est par un mot de gratitude, que nous voulons présenter cette étude, sur le rôle du consommateur dans l'Economie Moderne. Il s'adresse en premier lieu à notre Maître, M. le Professeur Germain Martin, qui a bien voulu nous aider de ses conseils bienveillants et avertis.

Nous sommes également heureux d'exprimer notre profonde reconnaissance à l'Université de Jassy, qui nous a fait confiance en nous envoyant à l'étranger comme boursier et au Ministère de l'Instruction Publique de Roumanie, qui a supporté les charges si lourdes de notre séjour à l'Université de Paris.

Paris le 22 avril 1922.

INTRODUCTION

L'ACTE DE CONSOMMATION AU POINT DE VUE ÉCONOMIQUE

« Consommer, c'est absorber l'utilité des produits naturels et des produits industriels en l'appliquant à la satisfaction de nos besoins ¹ ». C'est employer des biens conformément à un but économique, c'est leur donner leur fin normale.

Sortir des biens ou particules de biens, enfouis dans les tréfonds de la terre, associer des choses éparses à travers le globe, les rapprocher ou les combiner en vue de leur conférer une utilité qu'elles n'ont jamais eue, ou de changer celle déjà existante, en une autre plus grande, tout ce travail de transformation — ce n'est que le processus de la production —.

Séparer, dissocier, c'est le fait de la consommation. Généralement la plupart des hommes, même parmi ceux qui sont habitués à l'étude des phénomènes économiques, attribuent à la notion de consommation un caractère péjoratif ². La consommation est regardée comme un acte de destruction des richesses, comme une des tristes nécessités de notre existence.

¹ A. Pinar. *La Consommation, le bien-être et le luxe*. Doin, Paris, 1918, p. 7.

² Kleinwächter. *Lehrbuch der Nationalökonomie* Leipzig, 1912, p. 91. « Unwillkürlich denkt man bei diesem Worte an ein Verschwinden des betreffenden Gegenstand. »

Mais c'est à tort qu'on croit nécessairement inclus, dans la notion de consommation, le fait de destruction : nous croyons au contraire qu'il n'est nullement implicite.

Le monde économique a toujours gardé des apparences trompeuses et ce n'est que par une observation patiente et surtout par une analyse très approfondie, qu'on peut pénétrer dans l'intimité des phénomènes économiques pour se rendre compte de leur véritable nature. C'est peut-être grâce à ces particularités de notre science que ses progrès furent tellement lents, et que ses vérités acquises ne pénétrèrent dans la conscience de l'opinion publique qu'avec une bien grande difficulté,

La complexité des phénomènes économiques est en effet effrayante. Cournot avait pleinement raison de le penser.

Ainsi, si on veut débarrasser la notion de la consommation de son caractère destructeur, on risque de tomber dans le domaine de la production et de confondre ainsi deux termes qui dans l'opinion courante sont absolument antinomiques. Nous pensons qu'on peut faire disparaître ce caractère destructif de la notion de consommation, sans que pour celà, nous confondions deux domaines qui dans notre pensée ne sont nullement contradictoires.

Du fait qu'il est impossible de concevoir un acte de production ou l'achèvement d'un produit quelconque sans une dépense préalable, sans une consommation, il ne faut pas conclure, qu'entre les deux ordres de faits économiques, il n'existe aucune différence. Quoiqu'il soit bien malaisé de délimiter d'une manière tranchante les frontières réciproques, de ces deux domaines, qui tout en étant distincts ne sont point antinomiques, nous croyons avoir trouvé cet élément capable de départager les deux ordres de faits, dans *la notion temps*. Si

le processus de dissociation, dépense de force, transformation a pour résultat final *la satisfaction immédiate des besoins*, nous nous trouverons dans le domaine de la consommation. Manger un morceau de pain, porter un vêtement, habiter une maison, voyager dans un train, ce sont autant de *consommations immédiates*, de consommations proprement dites. Matériellement parler, il n'y a point de destruction, il n'y a que dissociation. Tout ce qui entretient la vie du corps et de l'âme, tout ce qu'on dépense pour donner aux choses une plus grande utilité, au point de vue économique, ce n'est point une destruction de richesses, mais tout le contraire. *C'est l'abus qui détruit*, c'est lui seul qui frappe d'inutilité biens et choses et qui doit garder à lui tout seul, ce caractère péjoratif attaché à tort à la notion de consommation.

Mais, si au contraire, le processus de dissociation et de transformation a pour résultat dernier, la satisfaction des besoins dans un *avenir plus ou moins éloigné*, nous sommes alors sur le *terrain de la consommation médiate*, (ou reproductive), c'est-à-dire de *la production*.

Ainsi l'introduction de *la notion temps*, nous paraît absolument nécessaire pour pouvoir délimiter d'une manière claire le terme initial et le terme final de cette chaîne fermée qui est l'activité économique. Distincts et points contradictoires, ces deux termes du processus économique sont en rapport de constante et réciproque influence. Car, comme l'a fort bien dit Cournot et après lui toute une école nouvelle, « le système économique est un ensemble dont toutes les parties se tiennent et réagissent les unes sur les autres ¹ ».

1 Cournot, *Principes mathématiques de la Richesse*. Chp. XI, p. 146.

Par conséquent, il serait impossible de nier l'influence que la consommation peut avoir dans le régime économique actuel sur la production. Cette influence est très réelle mais, elle ne fut jamais clairement expliquée et moins encore représentée sous son véritable aspect.

C'est à Cournot que revient le mérite, d'avoir rendu possible l'explication scientifique de cette interdépendance par l'introduction, par l'application du lien fonctionnel aux rapports économiques. La demande détermine l'offre, autrement dit, la production est fonction de consommation. Mais à son tour, la consommation est limitée ou excitée par le prix du marché. Le véritable lien qui lie ces trois termes économiques solidaires, n'est qu'un lien fonctionnel¹.

En fait, nous adaptons les vues de Cournot. A la recherche des déterminations causales, unilatérales, recherche peu productive d'ailleurs, nous préférons la recherche des rapports fonctionnels, des variations concomitantes, réciproques, suggérant un lien plus intime, plus compréhensif de l'ordre rationnel des choses².

C'est comme un acte fonctionnel en rapport étroit avec la production, que nous comprenons la consommation. Tantôt celle-ci active celle-là, tantôt celle-là gêne celle-ci. Un mouvement continu de bascule, d'action et réaction.

Comme les vagues, qui portent du large à la côte et de celle-ci de nouveau au large le mouvement initial, tout dans la nature des phénomènes économiques est mouvement, action et réaction, tout n'est qu'un dynamisme phénoménal.

1. Ch. Gide et Rist. *Histoires des doctrines économiques*. Paris 1914, p. 608-609.

2. Roche Agussol. La psychologie économique chez Cournot. *Revue d'Histoire économique et sociale*, n° 2. 1921, Paris.

§ II. L'ÉCOLE CLASSIQUE A TENU POUR NÉGLIGEABLE
CES PHÉNOMÈNES DE CONSOMMATION

C'est un fait acquis que l'économie politique classique n'a pas prêté une très grande attention à la consommation ni au consommateur en particulier. C'est que le point de départ même de cette école, était tout différent de celui de l'économie politique moderne.

Dans la conception classique l'Economie politique n'était rien autre que la *science des richesses*. Ainsi l'inconvénient et le reproche souvent mérité ne pouvait pas être évité. L'homme social ses besoins et ses désirs, le véritable sinon le seul objet de l'Economie politique restait en dehors des préoccupations de cette école.

« Parmi les phénomènes économiques, ce sont ceux relatifs à la production qui ont tout d'abord attiré l'attention.

« Les physiocrates et Adam Smith n'ont guère étudié que ceux-là ¹ ».

Le consommateur, en tant que manifestation constante, aspect universel de l'homme social au sein du monde économique, ne pouvait préoccuper l'opinion des économistes, encore moins attirer l'attention sur ses besoins, sur sa force ou sur ses tares. On était encore au temps des abstractions mortes et rigides, on se contentait de *l'homme oeconomicus*. Longtemps resté dans l'ombre il ne devait surgir que beaucoup plus tard, une fois que les progrès de l'analyse économique devinrent plus nombreux et plus profonds.

1. Ch. Gide. *Cours d'Economie Politique*, edit. 1913, Paris, p. 4.

Ce ne fut qu'à partir de J. B. Say que cette catégorie de faits a constitué une section spéciale dans son *Traité d'Economie Politique* sous la rubrique « *Consommation des richesses* ». Et en effet, si on tombe d'accord que l'objet de l'Economie Politique n'est que l'étude des rapports des hommes vivant en société en vue de la satisfaction de leurs besoins, en vue de l'accroissement du bien-être, on voit alors avec difficulté l'élimination de la consommation du cadre de ses préoccupations.

Au contraire nous trouvons que toute l'Economie Politique s'y trouve incluse.

§ III. — CERTAINES TENDANCES MODERNES VOUDRAIENT ASSURER A CES PHÉNOMÈNES DE CONSOMMATION LE PREMIER RANG.

Cet oubli, de la part de l'école classique, en partie justifié par l'état général de notre science à cette époque, ne tarda pas à susciter les plus vives protestations au sein même de l'école française.

Il est vrai que même à l'heure actuelle il se trouve des économistes étrangers comme M. Pierson¹ pour refuser à la consommation la moindre place au sein des études économiques. Sans beaucoup de ménagements, celui-ci l'envoie chercher asile ailleurs, soit dans la sociologie, soit dans l'anthropologie ou l'hygiène.

1. « Il est impossible de trouver des matériaux pour une partie sur la consommation sans appauvrir les autres parties ou sans traiter les finances comme si elles étaient une branche de la théorie de la consommation ce qui n'est pas. « La théorie de la consommation n'existe pas au sens d'une branche spéciale de l'économie politique. » *Traité d'Economie Politique*, Paris, 1916, t. I, p. 50

En tout cas, parmi les représentants de l'école française le nombre de ceux qui, à l'encontre du dédain manifesté par l'école classique ou libérale moderne, pensent que dans le monde économique actuel, le consommateur présente autant d'intérêt que le producteur, devient chaque jour mieux organisé.

Ceux-ci considèrent que si les phénomènes de production ou d'échange sont très importants, les phénomènes de consommation ne le sont pas moins.

Ce mouvement ayant pour but de maintenir la consommation comme théorie distincte et de ne plus la traiter en parente pauvre est par sa nature essentiellement français.

C'est aux représentants de l'Economie politique en France que revient le mérite d'avoir tiré de l'ombre le consommateur, « ce tiers oublié » comme l'appelle M. Charles Gide¹, de lui avoir assigné sa place réelle sur la scène économique et d'avoir apprécié toute l'importance de son rôle dans l'économie moderne.

Il est aussi juste de rappeler que des représentants d'autres écoles étrangères comme Hasbach² ou Karl Diehl³, ont protesté contre cette manière de traiter le chapitre de la consommation. Ce dernier est allé même jusqu'à déclarer qu'il considère la théorie de la consommation comme le fondement de l'Economie politique théorique.

Mais il est vrai, nous sommes loin de l'ampleur et de la constance du mouvement des économistes français.

1. Charles Gide. *Revue de Métaphysique et de Morale*, avril-juin, 1921, p. 234.

2. *Güterverzehrung und Güterhervorbringung*, Yena, 1906, p. 5. « Dieses Gebiet der Sozialwirtschaftslehre (Güterverzehrung) befindet sich in einem vernachlässigten Zustande ».

3. *Sozialwirtschaftliche Erläuterungen zu Ricardo*, t. I p. 68.

En commençant avec J. B. Say, qui pour la première fois consacra une place distincte à la consommation, à l'encontre d'Adam Smith, de Ricardo et de la plupart des représentants de l'école anglaise, l'intérêt de la consommation apparaîtra toujours plus ou moins vivace par la suite.

M. Charles Gide cite dans son « Cours d'Economie politique » que les « *ultima verba* » de Bastiat, recueillies par un de ses fidèles furent : « Il faut traiter l'Economie Politique « au point de vue du consommateur ».

Plus on avance dans les doctrines modernes, plus on rencontre cette tendance à faire de la consommation le point central de la théorie économique, et du consommateur, le véritable créateur de la valeur.

« La matière travaillée, ce n'est qu'une argile informe, le désir seul lui insuffle la vie ¹. »

Le consommateur doit reprendre la première place, et c'est à lui que revient de droit le gouvernement économique dans la société moderne pour la bonne raison « que les intérêts du « consommateur étant les intérêts de tous, ils se confondent « absolument avec l'intérêt général ² ».

Ainsi, l'infatigable apôtre du coopératisme en France ira dans sa sollicitude pour le consommateur, jusqu'à proclamer son règne. Il est aussi vrai que dans la conception de M. Gide, l'avènement de ce règne est subordonné en premier lieu à la conquête des profondes couches sociales par l'idée coopératiste. Par un processus d'intégration économique, qui sans avoir donné des preuves décisives — laisse quand même de grands espoirs d'amélioration de la vie — le coopératisme de M. Gide,

1. Ch. Gide (*Revue de Métaphysique et de Morale* mai-juin 1921, p. 244).

2. *Passim*, p. 237.

s'oppose à la fois aux doctrines individualistes de l'école libérale, comme aux principes révolutionnaires du socialisme. Ce serait un socialisme à sa manière, ce socialisme des consommateurs comme il l'appelle quelque part, capable de régénérer la vie économique sans révolution et sans abolition de la propriété. Ce que nous devons penser de cette doctrine où la consommation et le consommateur sont comme la clef de voûte de toute la bâtisse, nous le verrons plus tard au cours de ce travail, quand nous nous occuperons de l'ensemble de l'école de Nîmes dont M. Gide est le représentant le plus autorisé.

Nous nous sommes proposés dans ce travail de traiter le rôle du consommateur dans l'économie moderne, et d'embrasser ce sujet dans ses principaux aspects.

Aussi croirions-nous faillir à notre devoir si nous négligions le côté sociologique de notre problème. Si la consommation reste bien dans le cadre de l'économie politique, en dépit de certaines prétentions qui voudraient l'en chasser, elle peut fournir de très utiles matériaux aux constructions sociologiques. M. Halbwachs tâche de formuler même une définition de la classe sociale, dont le critérium ne serait autre que *la consommation*.

« On peut définir, dit-il, les classes moyennes et hautes, ou
« du moins chacune d'elles; l'ensemble des hommes auxquels
« leur fortune permet qu'ils renoncent ou non à certaines
« dépenses utiles, d'accomplir des dépenses luxueuses déter-
« minées ¹ ».

1. Halbwachs. *Revue de Métaphysique et de Morale*, n° 6, 1905, p. 200.

La théorie de Karl Bücher¹, de la classe fondée sur la fortune, aurait donc besoin d'être complétée par de pareilles recherches psychologiques, pour être vraiment conforme à la représentation des classes telle qu'elle se présente dans la conscience de la Société.

La preuve que la véritable conscience de classe, n'est pas comme l'a prétendu Schmoller ou Sombart, *seulement*, la profession productrice ou autres faits de culture, mais aussi et surtout cette *possibilité de dépense*, cette *capacité consommatrice réellement accomplie*, se trouve dans le fait qu'il ne suffit pas d'appartenir à une catégorie sociale en tant que travailleur, ou producteur pour *être adopté par le groupe* ou y être rangé par la conscience sociale. Des petits bourgeois arrivés dans les hauts postes, resteront tels, tant qu'ils ne changeront pas le genre et la quotité de leurs consommations. Par contre, de nouveaux riches seront adoptés, de guerre lasse, assez vite, et souvent ils seront incorporés dès la première génération dans la classe vers laquelle leurs désirs les plus secrets les poussent irrésistiblement. C'est par la consommation, que se manifeste, la sortie ou l'entrée d'un individu dans une classe sociale.

Les nouveaux riches représentent ce phénomène à la fois économique et psychologique, d'un individu dont la capacité consommatrice, s'est subitement accrue par l'abondance pécuniaire et qui désire lui donner une sorte de réalité sociale, une sorte de consécration.

Nous avons insisté sur cet aspect sociologique de la consommation surtout parce que la guerre mondiale lui a donné un

1. K. Bücher, *Die Entstehung der Volkswirts.* Erste Sammlung. 16. Auflage Tübingen 1920 ch. IX. Arbeitsgliederung undsoziale Kassenbildung.

regain d'actualité dont on ne saurait nier l'importance au point de vue économique.

Mais cette évolution des doctrines modernes en faveur du consommateur, cet intérêt soutenu, devait gagner une intensité considérable depuis la guerre de 1914. Toute guerre au point de vue économique, représente une période de surconsommation, une période de déséquilibre entre la production et la consommation.

Mais la dernière guerre fut pire encore. Elle fut une période de destruction sauvage, d'anéantissement total de richesses accumulées par l'épargne des nombreuses générations, de ressources créées par le travail et le génie de nos devanciers. La plupart des nations vécurent ainsi plus de 4 ans sur les réserves du passé ou sur les espoirs de l'avenir.

Forcément, la capacité productrice diminua dans des proportions chaque jour plus inquiétantes, tandis que la consommation improductive, destructrice, atteignit des hauteurs inimaginables. Le problème fondamental, dont dépendait l'issue même de la guerre, resta la consommation et le consommateur.

Comment combler ce déficit de production, qui prenait les proportions d'un gouffre, comment organiser le plus économiquement la consommation des matières alimentaires, vestimentaires ou de combustion, ce fut le grand souci des nations depuis 1914.

Une bonne partie du travail législatif et administratif s'y employa avec plus ou moins de succès.

La défense du consommateur devenait une nécessité nationale. Son sort ne pouvait plus être décidé par le « *laisser faire* » de la vieille école. Les interventions de l'Etat, se firent

chaque jour plus nombreuses, sans toutefois obtenir plein succès, sous les impulsions des nombreuses organisations nées spontanément pour la défense du consommateur.

Quels furent les résultats de cette politique, pourtant nécessaire, nous serons à même de le voir au cours de nos développements. Mais d'ores et déjà nous pouvons faire remarquer que le consommateur fut loin de retirer tous les avantages qu'il aurait pu avoir. La prépondérance que certaines tendances modernes voudraient lui assigner dans notre économie actuelle serait excessive, car elle ne serait ni juste, ni utile.

Autant l'oubli et la négligence dont l'économie classique fit montre à l'égard du consommateur fut coupable et nuisible, autant la prépondérance, la maîtrise que certains groupes de l'économie moderne réclament pour lui nous paraît entachée d'erreur.

« Retenir en vertu de quelque postulat implicite ou erroné, « un phénomène considéré comme cause et rechercher les « effets tandis qu'en réalité on doit étudier un *complexus de* « *faits* un enchevêtrement dans lequel les phénomènes sont « tour à tour *cause et effet*¹ », ce fut le reproche que les écoles modernes ont toujours adressé à l'école classique.

Mais le même reproche ne pourrait-il être avec non moins de justice, retourné contre les écoles modernes qui tombent dans le même excès, en subordonnant le producteur au consommateur, quand en économie politique tout n'est qu'interdépendance?

Nous voudrions éviter cet écueil et ne pas encourir ce reproche, car la réalité économique ne permet point de voir

1. Barrault. *Economie politique classique. Revue d'histoire des Doctrines Economiques et sociale*, 1910, Paris, p. 204.

le jeu de certains facteurs ou phénomènes à l'exclusion de certains autres. Ils sont tous enchevêtrés. Les attitudes extrêmes en méthode aussi bien qu'en politique sociale sont nuisibles et peu scientifiques.

Il faut chercher toujours le juste milieu. La nature même nous donne le plus édifiant des exemples.

« Elle n'aime pas les extrêmes et sa loi suprême semble
« être la loi de la mesure, de la limite pour toute chose, de la
« coexistence des contraires, dans leurs limites légitimes¹ ».

Donc, ni prépondérance, ni subordination, rapport fonctionnel, interdépendance, voilà la position réciproque, la seule vraie de ces deux termes fondamentaux du cycle économique, des deux aspects primordiaux de l'homme social. C'est dans cet esprit que nous tâcherons de mettre en lumière, dans les pages qui vont suivre, la position du consommateur au cours des siècles qui nous ont précédés, son rôle dans l'économie moderne. Nous limiterons notre travail à l'étude de ce rôle tel qu'il apparaît dans les théories de l'école française, sans pour cela ignorer les influences qui ont pu s'établir entre elle et les écoles étrangères. Nous rappellerons ces influences réciproques, pour la meilleure intelligence de notre sujet, mais nous le ferons toujours d'une manière très succincte, pour ne pas déborder les cadres d'un problème suffisamment vaste par lui-même.

1. Feilbogen. *Evolution des Idées Economiques et Sociales en France depuis 1870. Revue d'Histoire des doctrines Economiques et Sociales*. Paris, 1910,

PREMIÈRE PARTIE

L'Evolution des faits et des doctrines.

CHAPITRE PREMIER

L'exiguité du marché au Moyen-Age et la nécessité sociale de défendre les intérêts du consommateur.

Il est bien difficile de se rendre compte de ce qu'était le marché au Moyen-Age et même plus tard jusqu'à la veille de la Révolution française.

Le consommateur de nos jours, qui mange de la viande d'Australie et du blé venu de l'Argentine, s'habille avec de la laine fournie par le Canada, se chauffe avec du charbon du Pays de Galles et fleurit sa table en plein hiver avec des roses de la Côte d'Azur, ce consommateur qui dispose en un mot des produits les plus variés des cinq parties du monde, aura bien du mal à s'imaginer l'existence du consommateur et du marché aux XIII^e et XIV^e siècles.

Le passage de l'économie familiale (économie fermée, à l'intérieur de laquelle se déroule tout le processus économique depuis la production jusqu'à la consommation) — à l'économie urbaine, à l'économie de la cité organisatrice du marché — sera bien lent. La division du travail et une spécialisation encore rudimentaire provoqueront un superflu de produits.

Des désirs nouveaux se changeront plus ou moins en besoins, sous les impulsions d'une vie devenue chaque jour plus sociale, ils seront ainsi la cause des échanges répétés.

Le lieu du bourg ou de la cité, où les vendeurs et acheteurs, auront l'habitude de se rendre et de se réunir d'une manière plus ou moins périodique, pour pratiquer leurs échanges sera le *marché*. Il sera restreint, presque purement local.

L'insuffisance des routes, l'état misérable dans lequel se trouvent la plupart d'entre elles, le manque de ponts, le nombre effrayant de péages¹, la lenteur des moyens de locomotion, le développement encore très rudimentaire des hôtelleries, l'insécurité et la menace permanente de laisser en chemin son bien et sa vie, sont autant de causes qui donneront au marché son caractère local et rétréci. Et comme l'a très bien dit M. Germain Martin, « on est à une époque où les artisans du lieu seront seuls à pourvoir à toutes les nécessités, « d'autre part les consommateurs locaux auront un droit « d'achat exclusif, ou tout au moins un droit de priorité sur « toutes les marchandises qui seront portées au marché² ».

La plupart des règles sur la police des marchés, édictées soit par l'autorité seigneuriale ou municipale, soit par le corps de métiers ou plus tard par l'autorité royale n'ont en somme que ce but : assurer à chaque producteur l'écoulement de ses produits et à chaque consommateur la satisfaction de ses besoins. Le marché se trouve ainsi grevé d'un double monopole de fait, celui des producteurs et celui des consommateurs.

1. Au xiv^e siècle on comptait encore 74 péages sur la Loire de Roanne à Nantes, 60 sur le Rhône et la Saône, 70 sur la Garonne.

Lavisso et Rambaud. *Histoire générale du IV^e siècle à nos jours* t. II, p. 480 et suiv.

2. Germain Martin. *Csurs de Doctorat*, 1921.

Dans cette économie urbaine les produits passent directement, sans intermédiaire, de l'un à l'autre. Tout cela sera de nature à rendre le commerce presque insignifiant.

Il est très vrai qu'en dehors du marché purement local, avec le temps, commence à naître un autre marché, de proportions beaucoup plus vastes, embrassant le mouvement des échanges de toute une région ou même d'une province et qui sera la *foire*.

Au XIII^e siècle déjà, des chartes et ordonnances instituent des grandes foires, en Champagne, en Brie, à Saint-Denis, Nîmes, Beaucaire ou Narbonne, véritables solennités qui attireront un grand concours de peuple et seront l'occasion d'un volume d'affaires assez considérable.

Dans l'histoire du commerce, elles marquent une véritable étape entre la stagnation des temps antérieurs et le mouvement du commerce moderne, où les marchands jouissant d'une entière sécurité de moyens et de transport faciles, n'ont plus besoin de ces rendez-vous périodiques pour conclure leurs affaires¹.

En tout cas l'exiguité du marché au moyen-âge était une réalité assez grave pour les intérêts du consommateur. Sa défense par l'autorité constituée, était plus qu'une nécessité sociale; car de l'ensemble de l'organisation économique, il résulte, qu'à cette époque la concurrence était inexistante, elle ne pouvait se produire de ville à ville, elle ne pouvait pas jouer. Entre ces deux groupes, qui se trouvaient tour à tour, face à face l'un à la merci de l'autre, le pouvoir social aurait certainement failli à son devoir en n'intervenant pas.

1. Levasseur. Foires et marchés en France, pendant la royauté féodale. *Revue d'Histoire des doctrines économiques et sociales*, Paris, 1910.

Mais, en dehors de ce point purement économique et politique, il ne faut pas omettre les considérations morales et religieuses qui dominaient la conscience publique de ces temps-là.

Le Moyen-Age est une époque de croyance profonde, une époque d'élans religieux et de pureté morale des plus intéressantes.

En matière économique, ses conceptions sont essentiellement restrictives. Elles portent la trace profonde de cette ambiance morale. On est hostile à l'enrichissement, on considère comme illégitime la recherche de la richesse au-delà de la satisfaction des besoins normaux. On condamne tout gain, on bannit le profit commercial assimilé à l'usure.

Le commerce local, celui qui se fait dans l'enceinte d'une ville où à l'intérieur d'une région, était à peu près nul. Aujourd'hui, à quelques exceptions près, il est bien rare que le fabricant offre directement au public consommateur les produits de son travail. Entre eux, il y a toujours un ou plusieurs intermédiaires. Mais le moyen-âge ne peut regarder d'un œil serein de pareils personnages économiques. Il a l'horreur de l'intermédiaire (*regrattiers, forestallers*). Son idéal économique sera exprimé dans la formule à la fois éthique et religieuse du *juste prix*.

Depuis que les économistes de l'école anglaise disjoignirent tout à fait le domaine économique et le domaine de la justice et de la morale, on est un peu enclin à voir dans cette notion du juste prix, une simple formule d'école, un désidératum, concept abstrait, sans rapport aucun avec la réalité des choses. Nous sommes d'un avis contraire. Pour nous c'est un aspect de la défense du consommateur, défense exigée par la structure économique de l'époque; c'est une nécessité économique d'un monde arrivé à un stade déterminé de la civilisation.

Nous sommes loin de voir dans ce groupe de canonistes et théologiens, des moralistes isolés, prêchant pour les gens d'église, une morale épurée et contredite par les pratiques de la vie réelle.

Cette doctrine canonique ne resta point un système d'idées chimériques, au contraire, elle eut une large influence, non seulement sur les consciences, mais sur la vie elle-même.

Les preuves en sont multiples. Le droit commercial de la fin du moyen-âge adopte tout à fait la théorie canonique du juste prix et de l'usure. Le nombre des pratiques durant tout le moyen-âge, notamment les taxations du pain, du vin et des denrées de première nécessité dont firent usage les municipalités, sont autant de preuves de cet accord de l'opinion générale avec la doctrine canonique¹.

II. — LE JUSTE PRIX.

Le juste prix en soi c'est l'équivalence entre l'objet reçu et l'objet donné, c'est-à-dire que chaque chose doit se vendre pour une certaine somme équivalant d'abord aux *frais de revient*, et assurant de plus au producteur une rémunération honnête pour son travail. Les canonistes ont attaché directement leur doctrine à la théorie aristotelicienne qui fonde la justice de l'échange sur la proportionnalité. — Leur doctrine ne formera un ensemble vraiment lié qu'à partir du xve et xvi^e siècle. — Les pères de l'Eglise et notamment St-Jérôme,

1. A. de Tarde, *L'idée du juste prix* Thèse de Paris, p. 20-21.

St- Chrisostome, St-Clément ou St-Augustin se réclamèrent du juste prix pour lancer contre les marchands de véritables diatribes; ils se fondaient sur la parabole de Jésus chassant les vendeurs du temple, pour condamner indistinctement tous les commerçants de profession ¹.

Parcourir l'époque de ces âpres déclamations des Pères de l'église, où il n'y a pas de justice dans l'échange en dehors de la réciprocité proportionnelle d'Aristote, pour arriver à la solide théorie des derniers canonistes, c'est mesurer tout le progrès économique réalisé au cours de plusieurs siècles. Mais qui établira cette équivalence entre la chose du producteur et celle du consommateur, autrement dit, entre le produit et l'argent offert ? Ce sera *l'opinion courante*, la *communis aestimatio*, formule assez vague et qui prendra finalement corps dans la tarification légale, décidée par le prince souverain.

La célèbre page de Gerson qui exprime avec éloquence ce rêve d'une tarification universelle est à citer : « C'est donc
« surtout au législateur qu'il appartient de régler autant que
« possible, pour chaque chose, le juste prix qui ne doit pas
« être dépassé par les particuliers, en dépit de leurs caprices
« qu'il faut enchaîner ² ».

L'établissement d'un juste prix suppose implicitement la stabilité dans les rapports de producteur à consommateur, une économie essentiellement statique, une société hiérarchisée et patriarcale.

La valeur est conçue comme une entité indépendante de toutes influences psychologiques, la production est empirique

1. A. de Tarde. L'idée de juste prix. Thèse de Paris, p. 20-21

2. A. de Tarde. *op. cit.*

et traditionnaliste. Les besoins sont toujours les mêmes, le désir ne trouble point leur échelle constante et fixe. La société entière vit pétrie dans des moules. Le prix des marchandises ne devait contenir que ce qui est nécessaire pour permettre au producteur et au consommateur de vivre selon leur rang et à l'intérieur de leur classe.

Ce n'est donc pas la concurrence qui sera le régulateur mécanique des prix, ce sera plutôt l'idée morale de classe, de rang social, etc. Or justement le fondement d'un pareil principe n'est autre que l'organisation stable de la société, l'économie statique, ce qui fut le cas pour le Moyen-Age.

Cette époque était une époque de production personnalisée, où l'artisan travaille sur l'ordre de son client, et où le consommateur est à même d'apprécier par lui-même les éléments du coût de production. La prétention d'établir un juste prix, débarrassé de toute la marge des profits parasites, ne sera nullement vaine et chimérique.

L'économie patriarcale du Moyen-Age était encore loin de connaître la production anonyme de notre économie moderne, où travailleur et consommateur le plus souvent ne sont jamais en contact et où l'ignorance du consommateur, en ce qui concerne le véritable coût de la production, sera presque totale, car on travaille pour le marché et on se fournit au marché. Le marché veut dire anonymat et c'est bien à cela que se mesure le progrès de l'économie moderne.

Avant tout, il appartient à l'autorité locale de tenir la balance égale entre les deux groupes nécessairement liés l'un à l'autre, voués à vivre l'un pour l'autre.

« C'est pour les hommes du Moyen-Age une loi de justice et
« en même temps une loi religieuse, que les marchandises se

« paient à leur juste prix, et que d'autre part, le travailleur « doit obtenir la rémunération de ses efforts ¹ ».

Or pour obtenir ce résultat il faut que l'autorité intervienne, qu'elle protège les consommateurs contre les exactions des producteurs, et qu'elle protège les producteurs eux-mêmes, les uns contre les autres. Ainsi l'autorité locale devra réglementer et limiter la concurrence. Quoique les enseignements des canonistes ne se présentaient que comme des modèles de législation, une « législation de conscience » comme l'appelle M. A de Tarde, il n'en reste pas moins, que les conditions spéciales de l'époque rendaient la législation civile nécessairement solidaire de celle purement religieuse.

Il ne faut pas oublier que l'enseignement du droit canonique participe au même titre que le droit civil, dans la formation juridique des fonctionnaires administratifs; et puis les décisions des canonistes étaient sanctionnées par les tribunaux ecclésiastiques dont l'autorité et la compétence juridictionnelle n'étaient pas moindres que celles des tribunaux civils.

Les autorités des villes crurent devoir, pendant tout le Moyen-Age et l'Ancien régime, réglementer étroitement tout ce qui touchait à l'alimentation et au marché des comestibles. L'opinion publique se laissait facilement émouvoir sur ce point, et elle rendait les autorités de la cité toujours responsables du prix des denrées. Toute la politique municipale de ces temps consistait dans l'effort réalisé pour donner aux prix la plus grande fixité possible. Dans cette poursuite inlassable, c'est le point de vue du consommateur qui retient l'attention.

1. Germain-Martin, *cours doctorat* 1921.

Mais pour arriver à des prix stables, convenables aux masses consommatrices, au juste prix, il fallait aller plus loin. Le prix courant de la vie, se décompose en un certain nombre d'éléments et parmi ceux-ci le salaire de l'ouvrier est de beaucoup le plus important. Cette politique du juste prix pour le consommateur devra conduire fatalement à la taxation des salaires. Il faudra donc réduire les exigences des ouvriers, afin de pouvoir créer le bon marché. C'est la tendance clairement expliquée beaucoup plus tard, dans cet édit rendu sous Louis XV où on déclare « qu'il fallait mettre les ouvriers à la raison pour « se contenter d'un salaire permettant de vendre les étoffes « à un prix modéré » ¹.

La législation canonique du juste prix a donc eu un effet certain, à la fois sur le prix des denrées et sur le taux des salaires.

Dans la pensée médiévale, ce sont deux choses considérées comme liées ensemble. Le juste prix ne pouvait plus se borner à être le prix légal des denrées, il devrait être en même temps le salaire légal. L'Eglise primitive avait prêché le mépris des richesses, elle avait interdit la spéculation et le profit commercial.

Une bonne partie de la chrétienté reste sous l'influence de Saint Thomas dont la *Somme* fait loi.

Mais le temps apporte peu à peu des changements sensibles dans la conscience de celle-ci. Si la spéculation reste toujours interdite, ce qui prouve les mesures prises contre l'accaparement et la revente, on n'hésite plus à approuver le commerce, sous cette condition toutefois, que dans les transactions

1. Germain-Martin : *la grande industrie sous Louis XV*, p. 271, Paris, 1900

nul ne réalise un bénéfice supérieur à ce dont il a besoin pour garder son rang social. C'est le juste prix.

Ces idées de juste prix visent toutes, plus ou moins, le producteur. Elles sont — si l'on en excepte le juste salaire — des armes de défense forgées contre ceux-ci, par le pouvoir social en faveur du consommateur. L'opinion des consommateurs sur le prix, est un fait vraiment capital, entraînant les répercussions les plus graves et que toute sorte de gouvernement doit craindre.

Les tendances éthiques de cette doctrine du juste prix pourraient se résumer parfaitement dans un double désir : à savoir, que le vendeur ne puisse profiter ni de l'ignorance de son acheteur, ni de son besoin, ni d'autres circonstances indépendantes de lui ; étant donné que la société se trouve divisée en classes bien distinctes, chacun devrait se payer par son travail le bien-être convenable à son rang.

Les rapports économiques, comme tous les autres rapports au Moyen-Age sont des rapports de classe à classe, de catégorie à catégorie ; l'individu tel que nous le connaissons de nos jours, n'existait point économiquement, si ce n'est comme représentant d'une collectivité sociale.

Tout est stable, et c'est bien la stabilité sociale qui résume la pensée du moyen-âge. Et c'est ainsi il n'y a pas de formule plus adéquate pour ce stade économique, que la formule du juste prix. Mais nous serions tout à fait dans l'erreur de croire qu'une même formule rigide a pu régner, sans changement aucun, durant plusieurs siècles.

Avec le progrès économique des changements, des assouplissements devaient se faire jour dans la vieille bâtisse canonique. On commence déjà à permettre un prix supérieur de vente soit

« *ratione substantiae* » soit, « *ratione loci* » ou « *ratione temporis* ». La vieille croyance des premiers canonistes, qui inspira la plupart des fixations légales des prix au Moyen-Age comme sous l'Ancien régime, à savoir ; que le législateur pouvait faire à sa volonté le bon marché et dominer les conséquences de la rareté des marchandises, ne disparaîtra que bien lentement. Et même, à l'heure actuelle, est-elle bien complètement disparue de la mentalité de bien de nos contemporains ?

L'acte d'un propriétaire qui vend son bien avec l'intention de se servir de l'argent qu'il va toucher, est légitime et les canonistes l'approuvent. Mais l'acte d'un acheteur qui a l'intention de revendre est un acte de commerce, son but n'est point le besoin, mais le lucre, le profit. Ce profit est selon eux « un pêché mortel que les chrétiens doivent laisser aux juifs ¹. »

L'acte du marchand, était donc, à cette époque, contraire à la notion du juste prix. L'animosité contre les marchands, qui prend souvent l'aspect d'une haine tenace, s'explique en partie par le fait, que leur nombre étant fort restreint, les consommateurs s'adressent directement aux producteurs, et comme ils peuvent faire cela sans trop de difficultés, l'office économique de ceux qui cherchent à s'interposer leur apparaît comme dénué de toute utilité économique, comme étant à leurs yeux, des véritables parasites. Cette animosité fléchit avec le temps, et une série d'exception interviennent en faveur du commerçant et de l'acte de commerce. Le profit commercial était toléré :

1° Si le commerçant pouvait justifier d'une privation quelconque, preuve assez difficile à administrer.

1. Cité par M. Ch. Gide dans son cours sur le Coopératisme au Collège de France, 1921, 1922.

2° Si l'objet vendu a subi quelques transformations dûes au fait du marchand.

3° Si le cas d'utilité publique justifiait le profit du commerçant.

4° Si le prix de la marchandise avait augmenté par cas fortuit.

5° Si le marchand fait du profit un emploi pieux.

En aucune façon, on n'admettait l'augmentation du prix en cas de vente à crédit, car c'était prélever un intérêt « *prix du temps et de l'attente* » et « *le temps n'appartient qu'à Dieu seul* »

Donc une évolution se fit de plus en plus sentir. Déjà le cardinal de Lugo dans son de « *Justilia*¹ » se demandait à l'époque « s'il vaut mieux fixer le prix des denrées par une loi ou un décret du magistrat ou bien de l'abandonner à l'appréciation mobile des hommes » c'est-à-dire aux fluctuations du marché. Et il conclut que cette question regarde plutôt les hommes politiques que les théologiens. Pour assurer l'application de cette règle, on exige que les affaires aient lieu au grand jour, de telle façon que le contrôle des autorités puisse s'exercer. Un principe surtout, prend une grande importance, principe de la même famille que celui du juste prix, c'est l'interdiction du prêt à l'intérêt.

§ III. — L'INTERDICTION DU PRÊT A L'INTÉRÊT

Depuis la plus haute antiquité, toute stipulation d'intérêt fût considérée par nombre de philosophes et légistes comme injuste et usuraire. Parce que l'argent, dans la conception an-

1. « Dubitari solet an expediat magis quod pretio rerum lege taxentur vel « magistratus decreto quod incertae et variabili hominum aestimationi relin-
« quatur, l. I, disp. XXIV, sect. IV, n° 50.

tique et médiévale était improductif et ne pouvait être vendu plus qu'il ne valait. La période qui commence après la chute de l'Empire Romain et va jusqu'au xvi^e siècle est une période de grande décadence économique et il est naturel qu'en de pareilles époques, le prélèvement de l'intérêt provoque une vive répugnance.

Des philosophes comme Platon qui dans ses «*De Legibus*» V. conseille « de ne pas déposer l'argent chez ceux en qui l'on « n'a pas de confiance, ni leur en prêter à intérêt, ou comme « Aristote¹ qui met les usuriers « (gens qui prêtent de faibles « sommes à gros intérêts) » sur le même pied que « les proxénètes » ou comme Cicéron² qui assimile l'usure à l'assassinat — tous les grands penseurs du monde greco-romain l'ont condamné sans réserve aucune.

Les canonistes ne feront que multiplier les arguments déjà fournis par la philosophie antique, en les mêlant soit avec des considérations purement morales et religieuses soit avec des préoccupations d'opportunité économique.

C'est ainsi que le canoniste Zabarella³, voudrait interdire le prêt à l'intérêt afin que les métayers ne placent par leur argent et qu'ils ne se refusent de l'employer à la production — ce qui pourrait nuire à l'alimentation générale —.

Le prélèvement de l'intérêt fut d'abord interdit par la religion seule, et rien qu'aux ecclésiastiques. Puis l'interdiction fut étendue à tous les laïques, mais seulement encore par l'Eglise. Enfin la législation civile elle-même céda à l'influence de

1. Morale à Nicomaque t, IV, p. 1.

2. « De officiis » t. II. Et cum ille qui quæsierat dixisset quid fenerari? Tum cato : quid hominem inquit, occidere?

3. Endemann. *National ökonomische Grundsätze*, p. 20, cité par Böhm-Bawerk, *Kapital und Kapitalzins*, t. I, p. 19.

l'Église et approuva la loi sévère en abandonnant le droit romain¹.

Quelle est la raison profonde d'un mouvement d'opinion semblable, qui ne se limite pas seulement à lancer des aphorismes, mais formule des décisions administratives et des actes législatifs sanctionnés par la justice? Nous ne pouvons trouver l'explication que dans les besoins spéciaux de cette époque.

Pour juger un phénomène économique ou une institution sociale quelconque, il faut de toute nécessité se placer constamment dans le cadre de l'époque, tenir compte des nombreux rapports des choses et événements qui influent les uns sur les autres. La vie sociale, celle de nos jours comme celle des siècles les plus reculés, a toujours été un réseau ou les mailles restent enchevêtrées dans une complexité effrayante.

Les choses se présentent de même pour l'interdiction de l'intérêt. L'époque qui fut la plus sévère dans l'observation de cette interdiction, fut aussi une époque de développement économique très inférieur. Les richesses circulent à peine, le marché est à peu près nul, le crédit est inexistant. On produit surtout pour sa propre consommation. Les prêts consentis sont d'habitude des prêts d'objets consommables et le plus souvent d'objets de *première nécessité*. Le débiteur est généralement pauvre, tandis que le créancier est toujours un riche possédant. Ces prêts, destinés à la consommation courante, n'apportent aucun gain, aucun profit au consommateur endetté, ils l'aident à peine à continuer une existence des plus pénibles, dont les fruits iront en intérêts dans les coffres du prêteur. A une épo-

1. Böhm-Bawerk (E. von). *Kapital und Kapitalzins*. Geschichte und Kritik der Kapitalzins. IV Auslage, Jena, 1921, t. I, p. 14.

que où des maladies terribles, comme le choléra et la peste existaient à l'état endémique, désolant des provinces entières, où les famines et les disettes se succédaient avec une régularité presque mathématique, il est facile de comprendre la fréquence et l'ampleur d'une pareille pratique. Les hommes de tout temps ont été enclins à profiter de la faiblesse de leurs semblables et à s'enrichir sur leur dos et précisément, les prêteurs de cette époque-là ne s'en firent point défaut.

On connaît bien l'exemple de cet abbé anglais, qui dut payer pour une dette de 25 livres, après 4 ans, 840 livres ¹. Le taux de l'intérêt autorisé par Philippe Auguste fut 46 %. « L'usurier « était un fléau contre lequel les besogneux se défendaient « mal, certaines villes comme Derby et Leicester obtinrent « comme un privilège de ne plus recevoir des Israélites dans « leurs murs ² ».

Aussi le droit canonique ne désarma pas dans sa lutte contre le prêt à intérêt, qu'elle condamna sous le nom d'usure. Quoique à la fin du xiii^e siècle, avec la renaissance du droit romain et sa mise en honneur par la première école de Boulogne, on commença à soutenir la légitimité du prêt à l'intérêt, l'Eglise ne se laissa point vaincre. Les différents conciles refusèrent la sépulture chrétienne aux usuriers impénitents, annulèrent leurs testaments et en 1311 les abandonna même à l'inquisition.

Sans être enclins à exagérer les effets des prohibitions ecclésiastiques et y voir, comme on le fait d'habitude, la principale entrave à la vie commerciale du Moyen-Age, nous

1. Lavissee et Rambaud. Histoire générale, t. II, p. 493-494

2. *Ibidem.* p. 494 et suiv.

croions qu'en dehors des considérations d'ordre religieux, qui n'ont rien à faire dans le domaine de l'économie politique, il y avait des raisons d'ordre économique-social. La principale de ces raisons a dû certainement être la défense du consommateur. Böhm Bawerk analysant dans son *Kapital und Kapitalzins*, la doctrine canonique de l'intérêt, déclare que les arguments mis en avant par les canonistes n'étaient pas destinés à convaincre, même à l'époque ¹.

Nous croyons au contraire, que l'adhésion de l'opinion publique fut nettement en faveur de ces mesures prohibitives, car les funestes conséquences de l'usure ont dû être profondément senties par les grandes couches de consommateurs pauvres.

La persistance de pareilles interdictions à travers plusieurs siècles et dans presque tous les pays chrétiens prouve que le mal était général et qu'il rongait absolument l'organisme économique médiéval. Nous estimons que cette adhésion n'aurait pu avoir lieu sans de sérieuses nécessités économiques, et nous croyons que ce sont surtout les arguments de défense du consommateur, qui justifiaient l'intervention du pouvoir social, au Moyen-Age, comme à l'heure actuelle.

Si nous ne partageons plus l'opinion canonistique, d'après laquelle l'intérêt du prêt est un revenu que le créancier tire frauduleusement ou par extorsion des ressources du débiteur, si, au contraire, nous sommes convaincus que de pareilles interdictions ne font que dérober au commerce une part de ses moyens de crédit, il n'en reste pas moins, que cette interdiction

1. Böhm Bawerk. *Kapital und Kapitalzins*. « so darf man nicht vergessen, dass ihnen schon damals nicht das Amt zufiel, eine Überzeugung erst herworzurufen. » (p. 16, t. I).

devait se produire à l'époque que nous étudions. La fixation d'un taux légal de l'intérêt dans la plupart des législations modernes, ce n'est que l'étape dernière de la vieille pensée canonistique, fondée sur d'autres arguments plus scientifiques, comme il convient à notre époque, mais qui n'est, somme toute, qu'un moyen de la défense du consommateur.

§. IV. — L'ORGANISATION DU SYSTÈME DE PRODUCTION ET LA DÉFENSE DE L'INTÉRÊT DU CONSOMMATEUR.

Nous avons eu déjà l'occasion, d'exposer à grands traits l'état général économique du Moyen-Age et quels furent les principes directeurs du pouvoir social en vue de protéger les masses consommatrices. C'est une époque où la pensée dominante est d'assurer d'une manière régulière, l'alimentation du peuple et le maintien du bon marché. Le prix loyal, le juste prix en est l'expression.

Tous les facteurs de la production doivent rester subordonnés à ce besoin primordial. Ainsi, l'organisation du système de laproduction ne pourrait être autrement conçu.

Depuis la mise en culture du sol et les différentes méthodes imposées à l'agriculture, jusqu'aux règlementations exagérées de la fabrication et de la vente des produits industriels, tout est réglé, ordonné et organisé, en vue de la réalisation de ce besoin qui s'appelle : *le bon marché*.

L'esprit réglementaire, qui domine toute la production industrielle jusqu'à la fin de l'ancien régime, est plus caractérisé en matière agricole.

Son origine remonte aux temps de l'économie fermée du domaine seigneurial. Les seigneurs apparaissent comme les chefs d'une vaste exploitation agricole ¹.

De ce fait, on les regarde comme naturellement chargés de veiller à la subsistance de tous ceux qui vivent sur leurs domaines. Avec le temps, ces pouvoirs d'origine privée se confondront de plus en plus avec l'exercice de l'autorité publique et ils seront considérés comme faisant partie des attributions de police de l'autorité publique, locale, régionale ou royale.

Ce sera la naissance du « *système pourvoyeur* », qui caractérise toute la politique économique du Moyen-Age et des temps modernes aussi bien en France que dans les autres pays européens. La crainte de la famine ou de la disette sera permanente. Elle restera suspendue sur la tête des gouvernements, comme une épée de Damoclès.

Aussi la réglementation de la production agricole sera des plus minutieuses et des plus sévères.

Il faut qu'on produise assez de blé, pour nourrir les sujets dont on a la garde. Par conséquent, les méthodes de culture ne seront pas tolérées; ainsi on arrache des ceps de vigne pour faire de la place aux semailles.

On impose avec une rigueur inouïe, l'assolement triennal. On n'a qu'une pensée, celle d'assurer une bonne récolte et de ne pas voir le déficit. On s'emploie sans cesse à l'éviter et une bonne partie de tout travail administratif ne consiste que dans une seule opération, celle de l'approvisionnement public.

D'ailleurs cette politique est conforme à cet esprit de

1. Germain-Martin, *Cours d'Economie Politique*, 1921.

« *socialisme d'Etat* » comme l'a caractérisé très bien M. Germain Martin et qui est en réalité le fond de tout système de Monarchie absolue.

Dans ce système pourvoyeur, qui prévalut surtout en France, i'on envisage plus l'intérêt des consommateurs qui forment la grande masse des sujets du roi, que celui des agriculteurs.

Il est aussi vrai de remarquer, que ce système est extrêmement favorable aux intérêts des fabricants, industriels et manufacturiers. Plus le pouvoir organisé pèse, par ses interventions sur le marché et détermine de cette manière la baisse des prix des denrées alimentaires et des produits de la terre, plus les fabricants vont avoir une main-d'œuvre à meilleur marché, donc un coût de production plus bas et une marge de profits plus considérable. A ce propos on pourrait affirmer que les intérêts égoïstes des agriculteurs furent constamment sacrifiés en France, jusqu'à l'époque de la Restauration.

C'est pour la première fois alors, que la royauté oublie sa politique traditionnelle de la défense du consommateur, et embrasse les intérêts des agriculteurs. Elle remercia ainsi la fidélité de la grande aristocratie terrienne devenue exigeante pour les services rendus et rompit de la sorte une tradition presque millénaire.

Mais en dehors de l'intérêt politique, que la royauté aurait pu trouver dans la défense du consommateur, il y avait aussi le phénomène de risque et d'aléa économique totalement inconnu à cette époque d'économie familiale.

Ce risque consistait dans une mauvaise adaptation de la fabrication à la consommation.

La réglementation doit avoir ainsi, entre autres buts, celui de faire, que chaque producteur trouve en face de lui un

consommateur prêt à acheter et que chaque consommateur trouve un producteur prêt à le servir.

La concurrence est inconnue, et elle n'est pas désirée. Le vœu unanime, c'est la réglementation.

Le producteur ne veut point de concurrence, car il redoute l'encombrement du marché; le consommateur non plus, car il craint les tromperies et les falsifications. C'est le temps béni de la tutelle écomonique. On s'en remet à l'autorité locale.

C'est à elle de réglementer et de limiter une concurrence dangereuse et nuisible de l'avis de tout le monde. On a la soif du monopole, de la hiérarchie et de la stabilité économique et sociale. Et alors cette protection du consommateur par l'organisation du mode de la production, par les réglementations innombrables, par la fixation des prix, est également la protection du producteur.

Mais il n'en reste pas moins que la pensée vraiment fondamentale de toute cette époque, fût celle que l'acheteur est toujours en état d'infériorité par rapport au vendeur et qu'il est indispensable de lui venir en aide pour protéger son ignorance et sa faiblesse.

§ V. — LES RÈGLEMENTS CORPORATIFS ET L'UTILISATION DES MATIÈRES PREMIÈRES

Ce qui caractérise le régime industriel et commercial du Moyen-Age et des temps modernes jusqu'à la Révolution française, *c'est l'Association*. Artisans ou marchands, simples travailleurs, tous se groupent en communautés, en corps de métiers, en gildes marchandes ou hanses, confréries ou compa-

gnonages, tous s'associent pour garder un monopole ou pour acquérir des privilèges.

Ce n'est qu'un universel associationnisme, qui va jusqu'à régir même les ménestrels, les mendiants et les ribauds ¹. Ainsi on ne rencontrera jamais au Moyen-Age, l'idée que *l'individu peut et doit se défendre lui-même* ².

Une pareille mentalité sociale devait nécessairement conduire à la réglementation corporative de toute l'activité économique.

La production sera le monopole d'un nombre de groupements professionnels, régie par des prescriptions minutieuses de fabrication, de statuts et de règlements qui ne parlent que de « *production bonne et loyale*. Le producteur aussi y trouvera son compte. Il se sent protégé contre une concurrence déloyale, il est garanti de tout risque, étant assuré de la permanence d'un débouché, presque garanti par la stabilité économique de l'époque.

Il a horreur de la liberté et son idéal sera dans une production limitée, mais capable de lui assurer un profit raisonnable, sûr et continu.

On a horreur également de la « *production à outrance* » caractéristique de l'industrie capitaliste moderne, et pour l'empêcher, on limite le nombre des apprentis, on exige une longue durée de l'apprentissage (de 3 à 12 ans); on évite en un mot le grand nombre de maîtres, ce qui risque de diminuer d'autant les bénéfices éventuels.

On ne travaille que pour consolider son monopole particulier, toute notion de liberté étant étrangère, à ce régime

1. Lavisce et Rambaud, *Histoire générale*, t. II, p. 503-523.

2. Germain-Martin, *op. cit.* passim

économique. Ce fut surtout au XIII^e et XIV^e siècles que le régime corporatif marqua son apogée ; déjà à la fin du XVI^e siècle il est en pleine décadence.

Si la corporation assurait à ses membres l'exercice et souvent, le monopole de la profession, il était naturel qu'elle imposât des règles, afin de remplacer par sa vigilance les effets de la concurrence et d'obliger les artisans par des pénalités sévères, à fabriquer de bonnes marchandises.

Il n'y a presque point de statuts de corporation qui ne contiennent des règlements de fabrication, à l'aide desquels on se propose de combattre la fraude pour « l'honneur du métier aussi bien que dans l'intérêt du public »¹. On parle donc constamment de fraudes — il est vrai, très fréquentes à l'époque, — on parle de l'intérêt du public consommateur comme si on le recherchait véritablement. Mais ce ne sont que des vœux, car souvent la lettre du règlement restera lettre morte.

Bien des malfaçons et tromperies continuent en dépit des amendes et autres pénalités, l'ignorance du consommateur d'ailleurs, incite souvent le fabricant à tromper. L'égoïsme personnel s'affirme comme toujours le plus fort.

Les règlements fixaient en général la quantité et la qualité de la matière à employer, la forme, le poids, et le mode de fabrication des produits. Ainsi, pour les étoffes ou draps, les arrêts ou édits de l'administration royale imposent : « le nombre, la longueur, et la qualité des fils ou des laines qui doivent servir au tissage d'une pièce d'étoffe ou d'une toile² »

Toutes ces prescriptions minutieuses, contenues dans

1. Levasseur, *Histoire des classes ouvrières et de l'Industrie en France avant 1889*. Rousseau, t. II^e édit. Paris 1900, t. II, p. 947.

2. Germain Martin, *La Grande Industrie en France, de 1715 à 1774*. Paris 1900 p. 3.

les règlements, témoignaient d'une grande défiance à l'égard des producteurs. On a peur que le consommateur ne soit pas trompé par les apparences falacieuses d'une marchandise mauvaise. Alors, on mettra en œuvre tout un arsenal de dispositions, qui provoquent souvent le sourire. Ainsi, défense est faite aux bouchers d'acheter des bestiaux élevés chez un barbier, car on craignait qu'ils n'engraissent des animaux avec du sang et de la chair humains¹. Il leur est également interdit de mêler le suif avec le saindoux, ou de souffler la viande. On ne peut pas mettre une vieille serrure à un meuble neuf, car ce serait porter dommage à la corporation des serruriers. Et pour ne pas abuser de la bonne foi d'un acheteur ignorant, les couteliers ne pourront pas mettre à des couteaux à manche en os, des garnitures d'argent, ce qui pourrait les inciter à les vendre comme couteaux d'ivoire.

« Les chapeliers de Paris ne sauraient employer des poils de chèvre, tandis que les fabricants de Lyon ont seuls le droit d'employer pour les bas, de la soie teinte en noir »².

Le nombre des règlements publiés, seulement par Colbert, depuis 1664 est considérable; il dépasse le chiffre de 150. Dans le préambule de l'ordonnance de 1669 sur la fabrication des étoffes on dit notamment : « Nous désirons remédier au-
« tant qu'il nous est possible aux abus, qui se comettent depuis
« plusieurs années aux longueurs, largeurs, force et bonté
« des draps, serges et autres étoffes de laine et de fil, et rendre
« uniformes toutes celles de mesmes sorte, nom et qualité en

1. Ordonnances, t. III, août 1363, cité par Levasseur *Histoire des classes ouvrières*, t. II, p. 632

2. Germain-Martin, *op. cit.*, p. 243.

« quelque lieu qu'elles puissent estre fabriquées, tant pour en
« augmenter le débit dedans et dehors nostre royaume que
« pour empêcher que le public ne soit trompé¹ ».

Le travail est surveillé, ainsi que l'utilisation des matières.

Chaque artisan doit exercer son métier au grand jour, sous le contrôle du public. Travailler la nuit à la lumière, est un rare privilège accordé à des catégories bien restreintes et avec beaucoup de difficultés. La plupart des artisans ont leur atelier dans la boutique même, qui donne toujours sur la rue, afin que l'œil du consommateur soit constamment présent.

Mais ce mode de contrôle, ne paraît point suffisant à la corporation, ou à l'autorité municipale. On ne tardera pas à organiser la visite par les gardes du métier ou les prud'hommes élus et qui ont l'obligation de veiller à l'exécution rigoureuse des dispositions réglementaires, quant à la qualité des produits — et de sauvegarder ainsi l'intérêt du consommateur et le bon renom de la corporation —. Pour éviter la fraude, chaque fabricant apposera son sceau, après quoi ce sera le tour du corps de métier, puis de la ville, de mettre leur plomb ou cachet particulier.

C'est ce que l'on connaît sous le nom de « *la marque* ». Imprimer cette marque sur un produit, c'était garantir la qualité et en prendre en quelque sorte, la responsabilité vis-à-vis du consommateur.

« Il y a alors des règlements pour toutes les manufactures,
« Il y a des mesures et des poids étalonnés, des marques et des
« cachets qui assujettissent les ouvriers et qui préviennent
« la cupidité frauduleuse du marchand¹ ».

1. Levasseur *op. cit.* p. 215.

1. Melon « *Essai politique sur le commerce* cité par Germain-Martin dans la « *Grande Industrie en France* » de 1715-1774, p. 30.

Si le travail est jalousement surveillé, l'utilisation des matières premières ne l'est pas moins. Ainsi « *l'Instruction générale pour teinture des laines de toutes couleurs* » envoyée par Colbert aux intendants ne contient pas moins de 317 articles. C'est un véritable traité de teinturerie !

Jugé avec la mentalité contemporaine, tout cela paraît un peu excessif, mais il ne faut pas oublier que nous sommes à une époque où souvent les marchandises étaient mauvaises et fausses. Cette période nous a légué un nombre considérable de traités de technique industrielle, remplis des plus curieuses recettes relatives aux fraudes. C'est un point digne de l'attention de ceux qui croient que c'est notre époque surtout, qui a le bénéfice de l'invention scientifique de la fraude.

Comme sur bien d'autres terrains, nous ne faisons qu'imiter ce que d'autres avant nous ont imaginé.

Comment l'administration arrivait-elle à faire respecter ces dispositions réglementaires en faveur du consommateur ? Par un nombre considérable de pénalités des plus sévères, de lourdes amendes payées au profit du roi, des jurés et des pauvres, le blâme devant l'assemblée du corps de métier, l'exposition de la marchandise sur le poteau, la confiscation, l'interdiction du métier pour un certain temps et même pour toute la vie, constituaient autant de moyens pour frapper les fabricants déloyaux ou les marchands fraudeurs.

« Il ne se passe pas de semaine qu'on n'éclaire les places publiques des villes de feux lugubres dont les draps fournissent l'aliment et le combustible ¹ ».

En poussant la réglementation de l'industrie et du commer

1. Germain Martin, « *La grande Industrie en France* » de 1715 à 1764, p. 28.

ce jusqu'aux dernières frontières de l'oppression, en la couvrant de toutes sortes d'entraves, pour défendre le consommateur, l'ancien régime faillit transformer ce jeune organisme en momie égyptienne, serrée dans des bandelettes meurtrières.

En dépit de leurs bonnes intentions, les résultats pour le consommateur furent plutôt médiocres. Il s'ensuivit une déperdition considérable de biens, une destruction de richesse qu'on aurait du mal à soupçonner. C'est une véritable orgie de la destruction. On n'a qu'à relire les lignes qu'un Roland de la Platière eût le courage d'écrire, pour se rendre véritablement compte, de cette rage destructive et des résultats pratiques en ce qui concerne la protection de l'intérêt du consommateur.

« J'ai vu couper par morceaux dans une seule matinée quatre-vingts, quatre-vingt-dix, cent pièces d'étoffes, j'ai vu
« renouveler cette scène chaque semaine pendant nombre
« d'années.

« J'ai vu en brûler en place publique, les jours et heures de
« marché; j'en ai vu attacher au carcan avec le nom du fabricant et menacer celui-ci de l'y attacher lui-même, en cas de
« récidive. J'ai vu tout cela à Rouen et tout cela était voulu
« par les règlements ou ordonné ministériellement ¹ ».

La vente des produits, comme leur fabrication, est également réglementée. Les produits agricoles ne pourront pas être vendus autrement que sur les marchés de la ville, de façon que les bourgeois soient assurés de pouvoir s'approvisionner. Il est interdit aux paysans, par exemple, de céder les fruits du

¹ *Encyclopédie Méthodique*, t. I, p. 292.

sol à des vendeurs avant de les avoir portés sur le marché, où ils doivent les vendre à n'importe quel prix.

Les famines et les disettes étant des maladies endémiques du régime, elles apparaissaient comme des fléaux pour les hommes de cette époque, surtout, parce que le trop plein dans la récolte d'une région ou d'un pays, ne pouvait circuler vers les pays à déficit. Pour empêcher le retour d'un pareil malheur pour les masses consommatrices, la royauté renforça les règlements d'approvisionnement des marchés, autorisant les intendants à retenir les récoltes dans leur généralité. C'est l'immobilisation ou l'emprisonnement du blé comme on l'appelait à l'époque, mesure connue dans presque la plupart des pays depuis la guerre mondiale.

Ainsi, la peur de la famine paralysait le commerce des blés, car ni les villes ni les campagnes ne souffraient qu'ils circulaissent librement et leur résistance contribuait à entretenir la disette qu'elle avait pour but d'écarter.

Ce n'est que très tard, grâce à la clairvoyance et au courage de Turgot, que ce système désastreux cessa, mais pour bien peu de temps, car dès 1753, il fut de nouveau rétabli pour le malheur de la France et des grandes masses consommatrices.

L'intérêt du consommateur paraît être la préoccupation constante et la justification de tout cet arsenal réglementaire. Mais ce n'était qu'une raison apparente, car il y avait une autre raison, secrète, que l'on n'avouait pas : c'était la jalousie de chaque métier, défendant contre le métier voisin un *genre de travail* considéré comme sa propriété. Les privilégiés de tout temps furent très habiles à invoquer des raisons apparemment généreuses pour mieux masquer leur profond égoïsme. Ainsi, les producteurs de cette époque mirent toujours en avant, le

dommage infligé aux consommateurs par l'intrusion des producteurs ignorants et de la mauvaise marchandise, mais ils ne laissèrent guère percer le fond égoïste de leurs alarmes : *la crainte des concurrents*¹.

D'ailleurs, la crainte même de l'accaparement, beaucoup plus abhorré qu'à présent, était inspirée dans une large mesure par un sentiment analogue : empêcher que le monopole de fabrication ne soit pas absorbé uniquement, par quelques membres de la corporation. Mais il faut bien reconnaître que si la raison secrète des règlements et statuts corporatifs était au fond la sauvegarde de quelques privilèges, le but des dispositions administratives était véritablement en faveur du consommateur. Et si les résultats furent souvent médiocres, il faut chercher la cause, ailleurs que dans le manque de bonnes intentions.

§ VI. — LA FIXATION DES PRIX.

La tradition unanimement admise au Moyen-Age, était que la direction de l'activité économique de la nation appartenait à l'Etat. Le contrôle des prix des denrées était donc considéré comme une affaire d'Etat et rentrait dans ses attributs de *police*. Un des soucis les plus constants de la royauté, fut d'éviter au consommateur les variations trop brusques des prix. Le gouvernement était hostile à la hausse et en cela il ne faisait que partager l'opinion des écrivains et des gens cultivés, dominés par l'idée du juste prix des canonistes. Il aurait

1. Levasseur. Histoire des classes ouvrières avant 1789, t. II, p. 926.

voulu des prix immuables, et souhaitait que la stabilisation se fit à un niveau très bas, car la vie à bon marché lui semblait un élément favorable à la tranquillité publique. Quand le peuple se procure aisément les denrées nécessaires à sa subsistance, il est toujours réfractaire aux idées de révolte.

Mais à cela il faut ajouter également, la vieille idée mercantiliste; le bas prix des denrées rendait possibles des salaires modérés qui permettent de produire à bon marché et placer de la sorte le pays en bonne posture vis-à-vis de ses rivaux étrangers. Produire à bon marché, c'est le moyen d'importer beaucoup et de faire rentrer par conséquent beaucoup d'or dans le pays.

La tâche de surveiller les prix était partagée entre un grand nombre de personnages : prévôts, baillis, sénéchaux, maires, échevins et autres magistrats. Les Parlements invoquant leur droit général de police intervenaient eux aussi pour empêcher le renchérissement des denrées. Pour combattre plus efficacement encore la hausse des prix, le gouvernement jugea bon de créer des organes spéciaux, de commissions de magistrats et de consommateurs chargées de taxer les denrées et de rechercher tous les moyens propres à conjurer le renchérissement. Il existait même, une institution analogue aux conseils de consommateurs établis lors de la dernière guerre, mais avec des attributions beaucoup plus larges.

Dans la détermination du juste prix par l'Etat, certainement, l'arbitraire était impossible à éviter, pourtant la royauté était loin de méconnaître les lois économiques, elle ne les ignorait pas et s'efforçait de ne pas les enfreindre. « Ainsi l'ordonnance de 1508 prescrivant la fixation des prix raisonnables « enjoint de tenir compte de l'abondance des marchandises,

« de la qualité, du prix de revient, d'un gain raisonnable pour
« le marchand et des prix courants avant la hausse et de-
« puis ¹ ».

Toutes les fois que la royauté prescrivait des taxations, elle avait soin de ne pas oublier à faire consulter les consommateurs et les producteurs. Ce fut à partir de 1567 que les représentants des pouvoirs publics collaborèrent d'une façon sérieuse avec les représentants de l'opinion. En effet, par l'ordonnance de février 1567 on instaure le système suivant : des délégués élus par les habitants de chaque quartier étaient chargés de faire appliquer les ordonnances de police, mais surtout de surveiller les prix et de faire observer les « maxima. »

Ces délégués avaient pouvoir d'ordonner et d'exécuter jusqu'à la valeur de 60 sols pour une fois. Ils devaient se réunir chaque semaine devant les magistrats de police du quartier et rendre compte de leur mandat. Cette organisation instituée à Paris, devait-être imitée par toutes les autres villes du royaume.

Durant tout le Moyen-Age, les pouvoirs publics se sont opposés à la hausse des prix et pour la combattre, ils s'efforcèrent, par les procédés les plus divers, soit d'augmenter l'abondance, soit surtout d'empêcher les gains excessifs et les accaparements. La royauté eût une aversion constante contre la multiplication excessive des marchands dont la rémunération grève fortement le coût des produits.

Nombreux furent ceux qui dénoncèrent comme un grave péril le pullulement des marchands, surtout en période de crise économique. A ce propos, Levasseur cite dans ses « clas-

1. A. Liauley, *La hausse des prix et la lutte contre la cherté en France au XVI^e siècle*. Thèse Paris, 1922, p. 166.

ses ouvrières » ce Claude Seyssel dont l'étonnement est fort grand « Toutes gens (excepté les nobles lesquels encore je n'excepte pas tous) dit-il, se mêlent de marchandises, et, pour un marchand que l'on trouvait du temps de Louis XI, riche et grossier, l'on en trouve de ce règne plus de cinquante... on ne fait guère maison qui n'ait boutique pour marchandise ou art mécanique ¹ ».

En tous cas, la pratique des prix « minima », imposés par voie d'autorité fut une pratique constante de l'ancienne France. Ces taxations intervenaient surtout dans des périodes de diminution du pouvoir de l'argent, de troubles monétaires ou disettes. Le pouvoir central, n'était pas d'ailleurs, le seul investi du droit de taxer et de fixer les prix, les autorités inférieures le possédaient également. Ainsi à Calais; d'après la coutume locale rédigée en 1583, le juge général, le maire et les échevins réunis avaient pour mission de fixer le taux des vivres et des victuailles.

De même, à Amiens, les seigneurs avec haute et moyenne justice possédaient le droit de taxer le vin vendu au détail et « d'y mettre prix raisonnable selon la qualité. »

L'étendue des pouvoirs des taxateurs n'était point uniforme dans toutes les villes. Les sphères de compétence n'étaient pas nettement déterminées et souvent des conflits d'attribution surgissaient entre les Parlements, les agents du roi et les municipalités. En tout cas, le roi se bornait à poser les principes que les autorités locales devaient appliquer dans leurs détails.

Les objets taxés étaient généralement des objets de première nécessité : le pain, la viande, le vin, le bois, les vêtements

1. Claude Seyssel cité par Levasseur : *Classes ouvrières* « t. II, L. V, chap. II

communs, les chaussures. « Les maxima » frappaient rarement les loyers, sauf ceux des chambres d'hôtel.

Les ordonnances royales exemptèrent souvent les objets de luxe, mais permettaient de taxer les salaires et les profits des commerçants. On s'attaquait particulièrement aux profits des bouchers, meuniers, boulangers et marchands de vin.

L'ordonnance du 20 oct. 1508, que nous avons déjà rappelée en indiquant les considérations qui doivent entrer dans le calcul du prix raisonnable, ajoute : « les prix devront être si « bien spécifiés par le menu que débat n'en puisse venir. Pour « chaque chose taxée, il faudra indiquer le prix de gros, le prix « de détail, la quantité et la qualité ¹ ».

On voit par là, combien grand fut le souci de la royauté d'assurer au consommateur une protection réelle sur le marché. Souvent, en période d'abondance même, on arrive à taxer pour empêcher les accaparements des spéculateurs ².

Les lettres patentes du 20 janvier 1563 ordonnent la taxation du gibier et de la volaille vendus par les hôteliers et par les commerçants. Elles prescrivent de faire varier les maxima « selon l'abondance et commodité des lieux ». Ainsi le gros chapon ne sera pas vendu plus de 6 sols, la meilleure poule 4 sols et 6 deniers. Le poulet sera vendu 20 deniers, le lapin de garenne 5 sols et la bécasse 3 sols.

D'après les ordonnances de 1567 et de 1577, le maximum pour les souliers est « fixé à raison d'un sol tournois pour point, « à savoir 10 sols tournois pour paire de souliers à 10 points,

1. A. Liantey, *op. cit.* p. 197.

2 Voir les lettres patentes du 27 mai 1539 qui enjoignent au Prévôt de Paris de taxer les futailles quoique les vendanges fussent exceptionnellement fructueuses.

« et s'ils ont simple semelle en sera le prix diminué du quart.
« Les gros souliers de vache à double semelle pour les gens
« de village pourront atteindre 15 sols tournois ».

Les mêmes ordonnances prescrivent « qu'en la ville de Paris
« le prix de gros du bois soit et demeure en son ancien et
« ordinaire taux, icelui hausser, à savoir de 60 sols tournois
« la charette remplie de 60 bûches. Dans les villes, le trans-
« port de marchandises de toutes sortes ne devront pas coû-
« ter plus de 5 sols tournois par voiture. Les contraventions
« seront punies d'amende et en cas de récidive de châtiment
« corporel ». Chaque année les officiers de police, ayant appelé
près d'eux quelques bons bourgeois et les maîtres des métiers
intéressés taxeront les pierres de taille, les moellons, les tuiles
et le plâtre.

On voulait ainsi éviter au consommateur des prix très élevés,
en proclamant le devoir moral pour le producteur de ne pas
abuser de sa situation de vendeur et de se contenter d'un
prix de vente, aussi près que possible du coût de production.

Souvent l'autorité administrative sera appelée d'intervenir, par le producteur lui-même.

Dans le baillage de Caen, les vigneronns qui avaient du mauvais vin profitaient de la réputation du canton, pour le vendre au même prix que les vins de qualité supérieure; cette supercherie discréditait le cru et nuisait à la vente. Quelques producteurs portèrent plainte au Parlement, et sur leur demande la Cour ordonna au bailli « de fixer des prix différents pour les qualités différentes ¹ ».

Pour parer au renchérissement des produits, attribué en

1 Levasseur, *op. cit.* t. I, p. 327.

grande partie au désordre du marché, la royauté est amenée à plusieurs reprises de créer des offices de vente pour le bois, pour le charbon, poisson ou foin. Ainsi le souci de la défense du consommateur est constant, il est permanent à travers toute cette époque de l'économie du Moyen-Age et des temps modernes.

Les historiens et les économistes¹ qui ont étudié la politique de taxation de l'ancien régime, la jugèrent assez sévèrement. Ils l'ont accusée, notamment, d'avoir méconnu les données les plus certaines de l'économie politique, d'avoir entravé la production sans réussir nullement à faire baisser les prix.

Il est très vrai, que les maxima découragent en tout temps les producteurs et qu'ils éloignent les produits du marché.

Nous n'ignorons pas l'ingéniosité des producteurs et des marchands à tourner la loi le plus souvent, de connivence avec une administration sensible au gain et corruptible jusqu'à la moëlle des os. Il n'en reste pas moins vrai, que la royauté s'est préoccupée sérieusement d'assurer au consommateur des prix raisonnables, qu'elle s'est préoccupée de ralentir, de modérer les brusques variations de l'échange, et surtout de mettre un frein à la cupidité des marchands trop avides à rançonner.

Enfin, cette politique était exigée autant par l'intérêt public que par l'opinion des gens cultivés, fortement attachés aux idées canonistiques. Certes, la taxation des denrées, la fixation des prix par voie d'autorité n'a pas arrêté la hausse, mais on a des raisons de croire, que sans ces mesures, la cherté de la vie

¹ Voir Levasseur dans *l'Histoire des classes ouvrières* ou Pigeonneau dans son « Histoire du Commerce » t. II, p 204 « et qui juge que la royauté s'est épuisée en expédients stériles, »

aurait pu être plus grande encore, les souffrances du consommateur plus cruelles.

Il faut juger chaque institution dans le cadre des circonstances historiques où elle vit et se développe. Et il en est de la taxation, comme bien d'autres institutions économiques encore.

Ne médisons pas trop des entraves mises à la liberté des échanges; étant données les conditions économiques de l'époque, la concurrence sans contrôle et sans frein aurait fatalement abouti au monopole de fait, c'est-à-dire à l'écrasement des petits consommateurs par les gros marchands.

Les ordonnances qu'ils ont rendues « méritent beaucoup mieux que le dédain. Au point de vue de la technique législative certaines ont approché de la perfection. Et par exemple, le système de la taxation tel qu'il était organisé à la fin du siècle, pourrait être donné comme modèle à tous les législateurs qui veulent imposer des maxima.

On chercherait en vain, un système d'une plus grande souplesse s'adaptant facilement aux circonstances et se prêtant mieux aux variations des conditions économiques dans l'espace et dans le temps ¹ ».

1. A. Liautey, *op. cit.*, pp. 333-334.

CHAPITRE II

La transformation de la technique industrielle place au premier plan dans la doctrine et dans les faits les problèmes de production, d'où l'orientation de l'école classique anglaise. La physiocratie avait d'ailleurs préparée la voie à cette évolution.

Dans les pages précédentes nous avons exposé, ce que fut le marché et le consommateur à travers plusieurs siècles, ce que furent les mesures de protection et d'intérêt prises à son intention et les résultats réels de l'intervention du pouvoir social jusqu'au seuil des temps modernes, c'est-à-dire, jusqu'à la fin du XVIII^e siècle. Avant de passer à l'examen du même problème, tel qu'il se présente dans les doctrines de l'école française, nous devons nous arrêter de toute nécessité, sur un fait des plus considérables de l'Economie moderne et dont l'apparition devait modifier profondément sa structure. Par là même, ce fait intéresse au plus haut point le consommateur et son rôle dans l'ensemble des phénomènes économiques. Ce fait vraiment considérable n'est autre que la transformation de la technique industrielle, conséquence de tout un mouvement d'inventions et découvertes que nous allons exposer dans ses grandes lignes et qui révolutionna de fond en comble la production. Connue sous le nom de révolution industrielle du XVIII^e siècle, il comprend une série de phénomènes aussi im-

portants l'un que l'autre, comme le machinisme, la grande industrie etc, et qui reliés comme dans un faisceau de conséquences, allaient changer la face du monde. Ce grand mouvement apparu au milieu du XVIII^e siècle devait naître en Angleterre à la suite de certaines circonstances historiques, déclenché surtout par deux crises économiques : celle du combustible et celle des industries textiles. Dès les premiers temps de son histoire économique l'Angleterre s'est fait connaître comme un pays producteur de laine et de draps. Le sac de laine qui sert de siège au speaker de la Chambre des Lords, n'était pas seulement le symbole d'un idéal à atteindre, mais surtout d'une réalité économique à maintenir et à conserver et dont l'Angleterre avait de justes raisons de s'enorgueillir. La production de laine sur une échelle de plus en plus considérable, amena avec l'enrichissement de l'aristocratie terrienne, une forte migration de la population agricole vers les centres urbains; celle-ci cherchait en effet, à gagner sa subsistance par le travail industriel, car la terre refusait de la nourrir. Les « *enclosures* » et l'accaparement du sol par les grands propriétaires eurent pour dernière conséquence, de mettre à la disposition du travail industriel une quantité de forces disponibles. C'est cet afflux de forces vives, qui rendra possible le magnifique essor de la production industrielle un quart de siècle plus tard et qui mettra le producteur dans la conscience publique et dans les discussions doctrinales comme le premier personnage économique. Ce sera comme une réhabilitation pour le traitement qui lui a été infligé pendant de longs siècles par la doctrine médiévale, tandis que le souci pour le consommateur s'effacera de plus en plus dans cette fièvre d'inventions, de constructions, de production et de chasse du profit individuel.

Le grand problème pour l'Angleterre, pays producteur de laine et de draps et qui voulait à tout prix garder un monopole de fabrication d'où provenait le plus clair de ses bénéfices, était de faciliter et d'améliorer le tissage de la laine. Ce fut Kay, avec son invention de la navette volante qui devait provoquer tout le mouvement d'inventions mécaniques, qui, transformant l'outillage des industries textiles révolutionnait la technique moderne. La difficulté pratique, éprouvée quotidiennement par les ouvriers tisserands, en fut la cause et non pas la recherche patiente et méthodique de la science. Les fabricants de tissus étaient dans l'impossibilité d'obtenir des pièces d'une certaine largeur sans employer 2 ouvriers et même davantage, car les dimensions étaient réglées d'après la longueur des bras de l'ouvrier. Il résultait un grand emploi de main-d'œuvre et un déséquilibre permanent entre le filé et le tissu. Kay imagina de lancer la navette d'un côté à l'autre du métier, munie pour cela de roulettes et placée sur une glissière. Le résultat pratique fut qu'on pouvait tisser des pièces plus larges et aussi beaucoup plus vite.

L'équilibre rétabli un instant entre les 2 opérations, fut de nouveau rompu, en faveur du tissage et contre la fabrication du filé restée routinière et arriérée. L'esprit d'invention devait donc se tourner de ce côté pour apporter les améliorations requises, car selon l'expression de M. Paul Mantoux « les différentes opérations d'une même industrie sont « comme un ensemble de mouvements solidaires, assujettis « à un même rythme¹ ».

1. Paul Mantoux, *La Révolution industrielle au XVIII^e siècle*, Essai sur les commencements de la grande industrie moderne en Angleterre, Thèse doctorat ès Lettres, Paris, 1905, p. 200.

Normalement un métier à tisser donnait de l'ouvrage à 5 ou 6 rouets, or avec l'invention de la navette volante de Kay, il faudra le double et même le triple pour couvrir la demande en filé des tisserands, dont beaucoup furent obligés de chômer, faute de fil.

Dès 1733, John Wyatt, le premier inventeur de la machine à filer, tâchera de résoudre ce problème. Mais la solution définitive ne fut obtenue qu'avec la spinning-jenny d'Hargreaves en 1765 et le water-frame d'Arkwright, deux ans plus tard. Maintenant c'est le tissage qui reste en arrière et ne peut pas correspondre à la production du filé. Enfin Edmund Cartwright en 1785, réussit à inventer le métier mécanique et rétablissait de nouveau l'équilibre entre les deux principales opérations de l'industrie textile anglaise. A la filature mécanique correspond le tissage mécanique ! Depuis 60 ans, la principale industrie de l'Angleterre cherchait un équilibre stable, qui lui permette d'obtenir un rythme uniforme entre les différentes parties de son processus de production. Par là même, l'avènement du machinisme se produisait, et une ère nouvelle s'ouvrait dans l'économie du monde, modifiant la production autant que la consommation. Mais cette révolution industrielle du XVIII^e siècle devait se manifester également dans une autre industrie, avec des conséquences techniques beaucoup plus étendues que dans l'industrie textile, savoir la métallurgie.

Comme l'industrie textile, la métallurgie anglaise passait par une crise très grave au commencement du XVIII^e siècle. Déjà, depuis le XVI^e siècle et pendant tout le long du XVII^e, le manque de combustible se fait sentir. L'emploi de la houille est presque inconnu pour la fabrication du fer et de la fonte.

On se sert exclusivement du bois. Mais quoique la production métallurgique n'est point intense, la consommation de bois atteint des proportions considérables. « En 1720, soixante « hauts-fourneaux produisant annuellement 17.000 tonnes de « fonte existent encore à peine en Angleterre¹ », car en dévorant des régions entières de forêts, la métallurgie ne trouvait plus son aliment et marchait rapidement vers son déclin total. Résoudre la question du combustible et remettre en état l'industrie métallurgique agonisante, était au commencement du XVIII^e siècle le souci le plus grave en Angleterre, après celui des industries textiles. Mais, si le second devait trouver sa solution dans le mouvement d'inventions mécaniques, le premier sera résolu par l'intervention des procédés chimiques. Jusqu'à présent, l'exploitation du fer avait pour conséquence obligatoire la destruction des forêts, car les hauts fourneaux n'employaient que du charbon de bois. Aussi, la disette de fer se faisait chaque jour plus sentir, dans un pays où les gisements abondaient pourtant. Tous les efforts des métallurgistes se tournèrent vers la houille, dont l'emploi devait se substituer à celui du bois introuvable dans la production de la fonte. Les recherches de Dud Dudley, au commencement de XVII^e siècle, n'avaient pas donné des résultats appréciables. Un siècle plus tard, en 1735 exactement, le second Abraham Darby, arriva à perfectionner les procédés de la fabrication du coke. Pour empêcher l'altération du métal pendant la fusion, il imagina de mêler au minerai de la chaux vive et d'autres corps servant de réactifs. Mais cette invention de Darby dut être poussée plus loin, pour permettre d'employer la houille à l'affinage de

1. Mushet. *Papers on iron and steel*, p. 42, cité par Mantoux dans sa « *Révolution industrielle au XVIII^e siècle*, p. 271

la fonte, comme au traitement du minerai. Ce seront les inventions successives de Benjamin Huntsman et de Cort qui rendront cet emploi possible. Dorénavant l'industrie métallurgique possède l'instrument qui fera sa fortune. Ses perfectionnements techniques se multiplieront sans cesse, et chacun d'eux, réagira sur l'ensemble de la production industrielle. Les outils grossiers et lourds, les premières machines primitives en bois, vont être remplacées sous peu de temps par d'autres construites d'une manière plus exacte, plus précise, et beaucoup plus durables parce que en fer. La substitution du fer au bois est tellement rapide, que déjà entre 1785-1788, du témoignage de tous les « voyageurs français qui visitèrent « l'Angleterre, on constate que partout les machines de fer « ont remplacé les machines de bois¹ ». Avec l'invention de James Watt, la force toute puissante de la vapeur va unifier et accélérer le mouvement révolutionnaire de l'industrie. Si les changements profonds survenus dans l'industrie textile et métallurgique ne sont que l'œuvre des tâtonnements empiriques et de l'expérience professionnelle, l'invention de la machine à vapeur est le résultat de l'effort scientifique. Avec James Watt on sort de l'empirisme professionnel, cause du premier mouvement d'inventions mécaniques et chimiques, pour entrer dans la phase scientifique, où l'on invente et découvre par la spéculation abstraite, par l'observation et le calcul scientifique. L'emploi de la vapeur comme force génératrice de mouvement, l'usage d'une force motrice autre que celle de la puissance musculaire de l'homme ou des animaux, constituera la dernière étape dans le formidable déclenchement du mouve-

1. Paul Mantoux, *op. cit.* p. 315

ment industriel. La machinisme possède ainsi la force, qui le mettra en branle pour l'activité utile et productrice. La grande industrie va naître, et avec elle, le capitalisme trouvera son moyen le plus sûr pour augmenter sa force et son influence. Le processus entier de la production dans tous les domaines, sera modifié profondément; l'essor de l'humanité toute entière, vers le progrès et vers une nouvelle forme de civilisation sera irrésistible.

La transformation de la technique industrielle provoqua donc, cet ensemble de phénomènes si divers par la nature, si formidables par leurs conséquences, qu'on aurait bien du mal à les résumer dans la formule simple que l'usage qualifie de « *révolution industrielle* ». Transformant le régime de la production, elle changea du même coup pour la collectivité toute entière, les conditions de la vie. On ne se contente pas seulement de produire vite et de produire beaucoup, on cherche en même temps à écouler les masses toujours grandissantes des produits, on veut s'assurer des débouchés. Mais pour cela il faut vaincre les distances et relier les marchés entre eux et voilà le problème des transports posé à son tour. Dans les pages précédentes nous avons eu l'occasion de constater combien insuffisants et primitifs étaient les moyens de transports et dans quel état déplorable se trouvait le réseau routier à peine développé.

La persistance des grandes foires périodiques, le rôle des marchands ambulants, la simplicité des moyens de transport, n'ont qu'une cause commune : l'insuffisance des voies de communication. Ces routes des *xv^e* et *xvii^e* siècles, en France comme en Angleterre, ne sont que des bourbiers permanents avec de larges ornières, d'où il fallait de forts attelages de 4,

6 et 8 chevaux pour sortir les lourds fourgons ou chariots grossiers.

Aussi, les transports des marchandises se font surtout, par les chevaux de bât et beaucoup plus tard par les voitures de rouliers. L'état des routes en Angleterre, avant la Révolution industrielle, est retracé de la manière la plus vivante et la plus exacte par Arthur Joung, un des grands voyageurs de l'époque. « La route de Liverpool à Wigan c'est une route infernale, il y a des ornières de 4 pieds où l'on risque de s'enterrer ¹ ». Déjà, en 1663 Charles II établit des droits de passage pour ceux qui emploient la route, dans le turnpike acts. La révolution industrielle rend tellement nécessaire l'organisation des transports, que seulement « de 1760 à 1774, le Parlement anglais ne vota pas moins de 452 actes relatifs à la construction des routes et à leur entretien ² ». Vingt ans plus tard, un réseau de routes péagères reliait les principaux centres industriels de l'Angleterre. La France, qui possédait un réseau routier beaucoup plus important et mieux entretenu que celui d'Angleterre, ne tardait pas à mettre en valeur l'apport de la révolution industrielle, quant à la régularité et à la rapidité des moyens de transport, tant sur terre que sur l'eau. Les diligences du temps de Turgot vont de Paris à Lyon en 6 jours, de Paris à Lille en 3 jours et de Paris à Marseille en 13 jours, avec une vitesse moyenne de 73 km. par jour ³. De 1742 à 1800 les progrès de la viabilité et du véhicule avaient raccourci de huit fois les trajets. La courbe de ces progrès sera ascendante d'une manière continue, par la régularisation des départs, par l'utilisation

1. Arthur Joung. *A six months tour through the North of England* t. IV, p. 433 cité par Mantoux, *op. cit.* p. 105.

2. *Journal of the Houses of Commons*, XXXIII, p. 942-952 *ibid.*

3. A. de Foville. *La transformation des moyens de transport*, p. 7, Paris 1880.

plus rationnelle des itinéraires, par la multiplication des relais et l'allègement des voitures. Ainsi, sur route la voiture qui marchait à une moyenne de 4 kil. à l'heure en 1814, atteignait 9 km., trente ans plus tard. Les marchandises bénéficiaient comme les voyageurs de l'accélération du roulage, en parcourant de 8 à 10 lieues par jour moyennant 0 fr.80 par tonne et lieue¹. Les mêmes progrès se manifestèrent, sous l'impulsion des inventions et améliorations techniques, dans les transports maritimes et sur l'eau en général. L'introduction des navires à vapeur augmente, en moins d'un demi-siècle, la capacité des véhicules maritimes du monde dans la proportion de 1 à 5. Le tonnage total des marines des grandes puissances, est en 1820 de 5.900 millions, il atteindra le chiffre de 25.000 millions en 1870². Quant à la vitesse de ces bateaux nous ne signalerons que l'exemple suivant :

Les bricks les plus rapides mettaient 40 jours pour la traversée de l'Atlantique et quelques mois pour gagner le Pacifique. Les mêmes distances seront réduites d'un tiers jusqu'à 1/10 de leur durée, après les transformations techniques du dernier siècle.

La construction des bateaux en fer et acier, la propulsion par l'hélice et par la force motrice de la vapeur, la découverte de nouvelles routes maritimes et des directions des vents, rendent l'homme chaque jour plus maître des éléments, plus indépendant des forces aveugles de la nature. Le chemin de fer, dont le développement rapide constitue peut-être le plus grand fait et une des gloires du xix^e siècle, le télégraphe et le télépho-

1. B. Nogaro et W. Oualid. *L'Evolution du Commerce, du Crédit et des Transports, depuis cent cinquante ans*, Alcan, Paris 1914, p. 205.

2. *Ibid.* p. 185

ne vont compléter l'ensemble merveilleux des moyens de transports, que l'économie moderne utilisera pour la circulation des hommes, des richesses et de la pensée. Ainsi le courant lent et difus de la circulation d'autrefois se trouve à la suite de la transformation technique, survenue au XVIII^e siècle, violemment accru. Sur toutes les routes terrestres ou maritimes, sur le fil et les câbles, à travers les ondes de l'espace, le torrent circulatoire transporte marchandises, pensées et nouvelles. Une nouvelle fonction se fait dans l'ensemble économique, à savoir la *fonction circulatoire*. Nous avons peut-être insisté trop sur ce point, qui ne touche que de très loin au sujet qui nous intéresse, mais nous avons la conscience que pour passer à l'examen du problème tel qu'il se reflète dans les différentes doctrines de l'école française il était nécessaire de tracer préalablement l'évolution des faits. Sans tomber dans les erreurs du matérialisme historique, qui assigne aux transformations de la technique le rôle prééminent dans le progrès humain, nous ne saurons nier son influence prépondérante. Certes, de tout temps et partout, l'idée, fille du cerveau, précède l'action. L'activité de toute sorte n'est que la poursuite, la réalisation d'une pensée, mais il n'en reste pas moins, que celle-ci à son tour reflète les différentes étapes de ces efforts matériels, qu'elle porte la trace de ses réalisations. La révolution technique qui devait transformer radicalement la production et l'échange, la répartition comme la consommation, devait par là même, influencer la marche des idées dans le monde et poser autrement les problèmes dans les doctrines économiques. Ignorer les faits, c'est se méprendre sur les théories, c'est dissocier arbitrairement deux termes inséparables dans la discussion des problèmes d'économie politique.

Il nous reste donc à examiner comment, à la suite de la révolution industrielle dont nous nous sommes efforcés d'analyser le contenu, une évolution s'ensuivit, qui rangea le producteur dans la première place sur la scène économique, reléguant le consommateur dans une obscurité de plus en plus complète. Enfin, comment la physiocratie, avait ouvert cette voie, dans laquelle, s'engagera par la suite l'école libérale anglaise. La transformation de la technique industrielle amena la division du travail, la spécialisation, le passage de la manufacture à la grande usine, réduisit les distances et relia les marchés. A l'autonomie relative de la production et de la consommation, succéda une solidarité chaque jour plus intense, il est vrai, mais dans cette fièvre de production qui s'empara du monde, un esprit nouveau est à signaler. L'exemple de ces humbles artisans, barbiers ou marchands arrivés à la fortune et dans les hautes charges, seulement par leurs inventions et découvertes, est contagieux. Chacun veut inventer pour son compte, ou du moins, perfectionner une invention déjà faite, afin de produire plus que son voisin et de vendre meilleur marché. Ces inventions ayant pour but d'augmenter le produit en réduisant la main-d'œuvre (donc la partie la plus importante du coût de production) se succéderont par *nécessité* et par *émulation*¹. L'idéal, aux yeux hypnotisés des hommes de cette époque, c'est le capitaine d'industrie, hardi et aventureux, qui cherche à frayer à travers le monde, des débouchés où il écoulera les produits de son invention, les richesses d'une industrie trépidante. On est bien loin de ce monde d'artisans et de commerçants du xvii^e et du commencement du xviii^e siècle, ti-

1 Paul Mantoux, La Révolution industrielle au xvi^e siècle, p. 123.

morés qui ne témoignaient pas dans les affaires de beaucoup de hardiesse ou d'esprit d'entreprise. Ceux-là travaillaient alors non pour créer, ou pour agrandir un établissement : ils travaillaient tout simplement pour vivre et satisfaire leurs besoins. Le « *Standard of life* » de ces gens était bien médiocre, leurs ambitions bien modestes. Avec la révolution industrielle on change du tout au tout. On ne se contente plus de satisfaire ses besoins, de gagner sa vie, on veut produire, on veut fabriquer non point pour une région ou un pays, mais pour le monde entier. « Fabriquer pour trois comtés seulement, cela « n'en vaut pas la peine, ce qui en vaudrait la peine ce serait de « fabriquer pour le monde entier ¹ ». Ce n'est plus là le langage d'un producteur médiéval, ce sont au contraire les paroles d'un autre âge, ce sont des paroles d'un capitaliste de l'économie moderne, qui veut conquérir, qui veut dominer. Un pareil producteur, dans ce nouveau régime économique, ne sera nullement disposé à traiter d'égal à égal avec le consommateur, encore moins à se soumettre aux règlements et prescriptions édictées en sa faveur par l'autorité sociale.

Il va concentrer et multiplier à l'infini ses moyens de production, pour accélérer et augmenter le rendement. La seule loi à laquelle il obéira, ce sera la loi du profit. Il fabrique, il vend pour s'assurer le profit le plus grand possible et le plus vite. Le monde ne sera plus qu'un seul et immense marché, que ces grands capitaines de l'industrie se disputeront comme un champ de bataille. Pour cela, ils ont besoin de liberté, de toute la liberté. Leur intérêt s'opposera naturellement à toute réglementation de quelque nature qu'elle soit, qu'elle s'appli-

1. S. Timmis, James Wat^t, p. 11-13. Lettre de Boulton février 1762, citée par Mantoux, *op. cit.* p. 332.

que aux hommes ou aux choses, à la technique ou à l'organisation. Le vieux système réglementaire craquera sous l'avalanche victorieuse des nouveaux principes, sous les coups d'une production plus que formidable.

Comment résister à ce courant unanime et qui oserait s'opposer à ces hommes miraculeux, qui excitent la jalousie et incarnent la gloire de l'époque? Le producteur d'après la révolution industrielle, c'est le facteur primordial dans la nation, c'est le premier personnage du monde économique. Les gouvernements en lesquels se sont réveillés les vieux instincts mercantilistes, voient dans la production accrue, le moyen le plus sûr pour assurer une balance favorable au pays et la possibilité d'établir sa suprématie au dehors. Il faudra donc soutenir les efforts du producteur, il faudra prêter une oreille attentive à ses désirs, comme à ses exigences. Plus d'interventionnisme, plus d'une mixtion dans les affaires du commerce et de l'industrie. Le laisser faire sortait des livres pour entrer dans la vie pratique.

Le langage des autorités publiques s'est bien modifié depuis, à l'égard du nouveau maître.

Dès 1796, William Pitt dans un discours au Parlement, se refuse à toute immixtion dans le domaine de la production « L'intervention des pouvoirs publics a gêné le développement de l'industrie et les meilleures intentions ont produit les effets les plus désastreux. ¹ ».

L'école libérale anglaise ne fit que consacrer par la doctrine, cet état de faits. Vivant dans ce monde hanté par une production trépidante, qui succédait à une période de grande

1. William Pitt. *The Speeches of right honourable W. Pitt*, t. II, p. 368 cité par Mantoux. D. 408-409.

stagnation, les économistes pouvaient ne pas se soustraire aux influences de leur milieu et de leur époque. Ils épousèrent les mêmes espoirs et les mêmes enthousiasmes, s'approprièrent les mêmes arguments pour juger les choses et apprécier les hommes. Ils furent les avocats de la liberté et les défenseurs enthousiastes du producteur. Ils ont ignoré le consommateur. En cela, ils reflétèrent fidèlement leur époque. On a beau raisonner, on a beau prétendre à l'impartialité, mais on ne peut pas se soustraire complètement aux influences de son milieu et de son époque. M. P. Mantoux a parfaitement raison quand il dit, « les grands mouvements qui dirigent la vie « matérielle, morale ou intellectuelle d'une époque, si distincts « qu'ils soient par leur nature et leurs origines, se mêlent « toujours à quelque degré, ou tout au moins, se coudoient, « se rencontrent et par leurs points de contact agissent l'un « sur l'autre ¹ ».

Les économistes anglais en exaltant la production et le producteur, en subissant le prestige de son activité créatrice, furent bien les hommes de cette période économique. Mais au point de vue doctrinal, les économistes anglais n'apportaient rien de neuf et qui ne fut déjà dit par les physiocrates. Certes, en célébrant la liberté, ils célébraient le producteur en premier lieu. Mais en cela, ils n'étaient que les continuateurs des physiocrates. Car, en demandant l'abolition de toutes les entraves, du commerce et de l'industrie, que faisaient-ils d'autre, que défendre les intérêts du producteur ? Ce producteur qui mérite bien ce nom, il est vrai, n'est pas le même pour les deux écoles (mais pour le consommateur de tous temps, c'est un seul

1. Paul Mantoux. *op. cit.* pp. 408-409.

personnage). Si pour les physiocrates, le producteur n'est que l'agriculteur, pour l'école anglaise, l'industriel l'est aussi bien que l'agriculteur. En tout cas, les physiocrates défendirent la cause de la liberté pour sauvegarder en premier lieu les intérêts des agriculteurs, les seuls créateurs de produit net, et leur assurer le bon prix des produits agricoles. Ils ne parlent jamais du consommateur, ses intérêts seraient sauvegardés par le jeu de la liberté économique et toute intervention de l'autorité sociale ne pourrait lui être que nuisible. Sur ce point, l'Ecole anglaise ne fut que la continuatrice de la pensée française. Ils ne firent que dépouiller de toute réalité concrète, les personnages économiques et les élevèrent au degré des postulats. Et dans ce monde d'abstractions de l'économie libérale anglaise, le producteur, en tant que postulat économique, s'arrogea la prépondérance. Ainsi, à la suite de la révolution économique du XVIII^e siècle, le producteur avait su affermir son règne, incontesté depuis, autant dans les faits que dans la doctrine. Son importance s'accrut chaque jour, et son influence sur la marche générale des affaires politiques, aura de plus en plus de poids. Les hommes de gouvernement, les administrations, les grandes assemblées subiront d'une manière croissante et son prestige et sa puissance. Par contre, le consommateur tombe dans le rang des entités. Sa réalité économique se couvre de plus d'un voile. Lentement, il gagnera le monde des fantômes ; on en parlera de moins en moins, on en dira toujours du bien comme il convient de le faire pour les morts, mais sa vie ne sera plus du royaume de la terre, mais bien de celui des ombres.

CHAPITRE III

Les conflits sociaux et les crises économiques vont remettre au premier plan les problèmes de répartition, et par là même, l'attention des doctrines se portera sur la consommation.

Nous avons eu l'occasion de passer en revue, dans les pages précédentes, l'organisation nouvelle et les nouveaux procédés de l'industrie à la suite de ce mouvement ininterrompu de découvertes et d'inventions mécaniques. Les cadres trop étroits de l'ancienne société se brisèrent d'eux-mêmes, sous la poussée de ces forces productives déchaînées par le génie humain.

La tutelle exercée sur l'industrie par les pouvoirs publics doit disparaître, la nouvelle vie économique ne peut plus s'accommoder des règlements protecteurs, rejetés comme des lois d'un autre âge. On est sous le régime de la libre concurrence, c'est-à-dire de la lutte de chacun contre tous. La Révolution française viendra consacrer et donner les formes juridiques à cet amorphisme économique. La société se renouvellera dans sa matière même. Des espèces sociales vont naître, se développeront en antagonisme réciproque. L'horizon économique se couvrira de nuages des haines sociales, le bruit des machines en marche laissera déjà percer les cliquetis des armes. Le « *struggle for life* » est, en effet, une bien grande réalité et il remplira, en marquant de son empreinte, l'histoire des temps

modernes. Avant la révolution industrielle, les éléments sociaux se trouvaient encore mêlés et à demi-confondus, on trouvait ainsi des manufacturiers qui étaient en même temps des marchands, des patrons qui ne se distinguaient nullement de leurs ouvriers, car ils travaillaient ensemble, menaient la même vie, avaient les mêmes habitudes, étaient, en somme, autant ouvriers que patrons.

De même, la plupart des artisans étaient en même temps des cultivateurs. La culture d'une petite portion de sol, constituait pour l'artisan de l'époque antérieure à la révolution industrielle, non seulement un revenu d'appoint, capable d'améliorer sensiblement ses besoins de consommateur, mais, en même temps, des liens d'intérêts et de mentalité, avec d'autres classes, comme celle des propriétaires et des agriculteurs. C'était une cause de moins, dans l'antagonisme inévitable des classes sociales. La révolution industrielle séparera ces éléments sociaux d'une manière définitive et les opposera nettement l'un à l'autre. Le problème social sera ainsi posé. En effet, le passage d'une économie encore routinière et domestique, à l'économie de fabrique et de concentration capitaliste, ne pouvait se faire sans heurts et sans douleurs. C'est bien la rançon que l'humanité paye à l'idée dévorante de progrès.

Le machinisme apportait avec lui un véritable bouleversement dans les habitudes professionnelles et dans la vie journalière des ouvriers. Ceux-ci seront obligés de quitter leurs maisons, pour se rendre à l'usine ou à la fabrique où se concentre de plus en plus, toute activité productrice, et ils devront se soumettre à des règles d'une dureté et d'une sévérité implacables. Le perfectionnement de l'outillage et la division

du travail, rendaient de plus en plus inutile un long apprentissage. L'éducation professionnelle d'antan, dont ils étaient bien fiers, n'a qu'une importance toujours décroissante. Les monstres de fer et d'acier qu'on croyait assujettis uniquement au travail, pour la satisfaction des besoins de l'homme, se vengent à leur tour ! Et ce sont les ouvriers qui subissent cette vengeance, car ils ne seront dorénavant que leurs serviteurs.

La machine deviendra pour l'ouvrier, assujetti à la servir, un véritable maître, un objet de haine et de répulsion. Les griefs contre le machinisme se feront chaque jour plus violents.

L'optimisme qu'inspirait le spectacle d'une activité fébrile et trépidante, devait complètement disparaître devant l'autre spectacle, celui des armées prolétariennes jetées dans la plus noire indigence, par le chômage et les crises périodiques.

La grande industrie concentre dans les usines et fabriques, des masses importantes de travailleurs.

Elle produit sans cesse, en jettant en peu de temps, des quantités considérables de marchandises sur le marché.

Mais elle n'arrive pas à écouler dans la même mesure, les produits fabriqués. Les débouchés sont longs à trouver et alors il s'ensuit un déséquilibre inévitable entre la production et la consommation. La conséquence est facile à prévoir : c'est l'arrêt du travail productif, c'est le chômage obligatoire des masses des travailleurs, qui n'ont d'autre moyen de subsistance que le salaire et qui n'ont donc rien à vendre sauf leur force de travail.

La grande industrie, par l'accumulation de travail humain et par l'accumulation de capital, devait aboutir nécessaire-

ment à diviser le monde des producteurs en deux camps distincts : le camp des salariés d'un côté, le camp des patrons capitalistes de l'autre.

La misère des classes ouvrières, descendues au rang d'un simple élément dans le rouage mécanique, devient un phénomène d'une ampleur considérable. Comment nourrir ces masses d'hommes que la grande industrie n'emploie que par intermittance, alors qu'elle n'est point capable d'établir l'harmonie entre les deux termes du procès économique? La charité la plus ingénieuse n'arrivera pas à résoudre un problème qui semble insoluble. Des économistes iront jusqu'à le considérer comme une fatalité liée à la nature humaine, contre laquelle on n'a qu'à se résigner. Et puisque la terre n'arrive pas à satisfaire les besoins de consommation des classes pauvres, celles-ci n'ont qu'à s'abstenir de toute multiplication. Mais, ce ne fut pas l'avis de tous les économistes. Parmi ceux-là, il se trouva des hommes qui ne pouvaient admettre une pareille attitude devant la misère des classes ouvrières. Ils n'arrivaient pas à comprendre, comment ceux qui par leurs efforts et par leur travail sont en partie, au moins, les créateurs de toute richesse, ne puissent trouver la satisfaction la plus élémentaire de leurs besoins. Et ils incriminèrent alors la mauvaise répartition de la richesse entre les différents facteurs de la production. L'opulence des uns n'était faite que de la misère des autres. Les travailleurs sont pauvres et restent pauvres, pour enrichir le patron, chef d'industrie, par leur peine journalière. Ils ne peuvent manger à leur faim, parce que d'autres dévorent trop! Par le chômage involontaire les classes ouvrières cessent de consommer. Pour les rendre consommatrices il faut commencer par réformer la répartition. Le problème social était

ainsi posé. Il ne pouvait pas être posé par l'ancienne économie, car l'antagonisme entre les deux classes ne fut qu'une conséquence de la révolution industrielle. Les temps modernes ne feront qu'augmenter cet antagonisme tragique; exploité pour des buts politiques, il deviendra l'arme redoutable de la lutte des classes, forgé par l'arsenal marxiste, et que le socialisme de tous les pays emploiera contre le capitalisme. Ainsi, par d'autres chemins on revient de nouveau à la consommation et au consommateur.

La route de la répartition devait conduire fatalement, en doctrine comme en fait, vers le consommateur. Par là, on voit une fois de plus, que la consommation est bien le but ultime de toute activité économique et que si on s'occupe, aussi bien en doctrine que dans les faits, de la production, circulation ou répartition, ce n'est que pour mieux comprendre, pour mieux saisir l'universel aspect de l'homme social : la consommation.

Un court examen de différentes doctrines françaises, qui ont rendu possible cette évolution, nous permettra de prouver le bien fondé de cette affirmation.

§ I. — J.-B. SAY INTRODUIT LE CHAPITRE DE LA CONSOMMATION DANS LE CADRE DE LA SCIENCE ÉCONOMIQUE

En effet, l'école classique anglaise, par son effort pour envisager les faits économiques sous leur aspect impersonnel, objectif, par son désir de netteté et de simplification excessive, devait fatalement arriver à méconnaître toute réalité psychologique. Nous en voyons la preuve justement dans cet oubli presque coupable, dans lequel elle laisse la consommation et le consommateur.

J. B. Say tout en étant le transplanteur et le vulgarisateur de l'économie politique anglaise en France et sur le continent, devait réparer cet oubli et apporter à la science économique une des plus intéressantes contributions par l'introduction, dans son traité et puis dans son cours, du chapitre de la Consommation.

Sur ce terrain, J. B. Say aura eu le mérite d'affirmer le premier, ce qui constitue à nos yeux, un des caractères des plus originaux de l'école française.

« La valeur énergiquement rattachée à l'utilité, dit J. B. Say, « l'immatérialisation progressive de l'idée de richesse, ces « deux concepts fondamentaux, pénétrés par la notion de « service, le règne du consommateur, sont autant d'affirmations intensives en quelque sorte, dont l'économie pure tentera plus tard la démonstration ¹ ».

La conception des produits immatériels rectifia la théorie incomplète de Smith et sa méthode d'observation devait le conduire à formuler cette loi, que les « produits s'échangent contre des produits » principe des plus féconds et des plus élevés. J. B. Say opposa ainsi la solidarité des intérêts à la tendance d'y voir partout et en tout temps seulement des antagonismes.

« Le trop plein n'attestait donc que l'insuffisance d'autres « produits contre lesquels se seraient échangés les produits « restés invendus. Et ce n'était pas de son excès de richesse, « mais de son excès de pauvreté qu'il fallait plaindre toute « nation où ces encombrements se produisaient ² ».

1. M. Roche Agussol, *La psychologie Economique chez les Anglo-Américains*, Thèse Lettres Montpellier, 1918, p. 13.

2. Baudrillart, *J.-B. Say, Economie Politique*, Petite Bibliothèque Economique. Guillaumin Paris, Introduction, p. 39.

Ainsi J. B. Say en formulant la théorie des débouchés, proclame implicitement non seulement les droits du consommateur, mais aussi l'importance de sa fonction.

La production doit s'intensifier, elle doit répondre à l'appel de la consommation, au lieu de retenir son propre essor. « Ces idées directrices, malgré les divergences et quelques déformations ultérieures, continueront de marquer l'école française d'une empreinte distinctive, l'aspect psychologique de l'activité ne lui sera pas dissimulé comme il l'a été, aux yeux de l'école anglaise, par son aspect pécuniaire ¹. » Pour la première fois le rôle actif du consommateur se trouve mis en lumière et ce fut J. B. Say qui le fit.

« Pour encourager l'industrie, il ne suffit pas de la consommation pure et simple, il faut favoriser le développement des goûts et des besoins qui font naître parmi les populations l'envie de consommer, de même que pour favoriser la vente il faut aider les consommateurs à faire des gains qui le mettent en état d'acheter.

« Ce sont les besoins généraux et constants d'une nation qui l'excitent à produire, afin de se mettre en pouvoir d'acheter et qui par là, donnent lieu à des consommations constamment renouvelées et favorables au bien-être des familles ² ».

La consommation constitue donc un point particulièrement clair dans ce cycle continu d'action et de réactions réciproques, entre l'homme et la richesse. Son étude, traditionnellement considéré comme un sujet d'étude post-économique, devient grâce à J. B. Say, de plus en plus un corps de principes domi-

1. M. Roche-Augussol, *op. cit.* p. 14.

2. J.-B. Say *op. cit.*, (p. 47-48).

nant l'ensemble de la science¹. J. B. Say ne se borne pas à introduire un nouveau concept dans la science économique; il fut aussi le premier à le définir et à l'analyser. Il distingua ainsi deux sortes de consommations; *consommation reproductive* (celle qui consiste à détruire une valeur pour la remplacer par une autre) et *consommation improductive*, qui détruit la valeur consommée sans remplacement. Il définit la consommation comme un échange où l'on donne des produits pour recevoir en retour d'autres produits si la consommation est reproductive, ou bien des jouissances si elle est improductive². Si en dernière analyse la consommation pour J. B. Say n'est que la destruction d'un moyen de bonheur³, ce qui est assez loin de la conception professée par les économistes modernes, il faut quand même lui rendre cette justice qu'il a introduit le concept de consommation au sein de l'économie politique. Passer de cette notion primitive de la consommation et arriver à la débarrasser de tout caractère péjoratif, ce sera l'effort continu de plus d'un siècle, effort fécond et méritoire, dû surtout aux différents membres de l'école économique française. La pensée économique ne fit que gagner tant en précision qu'en vérité par l'élimination de toute idée de destruction attachée depuis toujours à la notion de consommation. De même, après la magistrale analyse des fonctions par Cournot, on ne pouvait plus regarder le producteur et le consommateur comme les deux adversaires voués à se combattre sans répit. Au contraire, on dut voir en eux les deux chaînons de la même chaîne, l'un en fonction de l'autre, indissolublement et solidairement liés

1. M. Roche-Augussol, *ibid.*, p. 39.

2. J.-B. Say *op. cit.*, p. 128.

3. *Ibid.*, *op. cit.*, p. 130.

dans le travail économique. Si J. B. Say fit reconnaître le droit de cité pour la consommation et effectua son analyse d'une manière qui pourrait nous mécontenter aujourd'hui, Cournot remit à son tour en valeur, par la théorie fonctionnelle, un personnage inconnu et méconnu, c'est-à-dire le consommateur. Le mérite de cette double action revient intégralement à l'école française et nous sommes enclins à y voir une de ses caractéristiques les plus constantes et les plus fondamentales à la fois.

§ II. — SISMONDI ET LES OUVRIERS

Au moment même où le libéralisme économique paraissait avoir conquis dans la doctrine un empire incontesté, au moment où un accord unanime semblait se faire et la question de la consommation s'imposer à la réflexion des économistes, une voix discordante, un cri de révolte et d'indignation se fit entendre. Cette voix fut celle de Sismondi.

Son existence qui semblerait ne pas entrer dans le cadre de notre sujet, nous intéresse d'une manière plus ou moins incidente. En effet, au moment où le cri d'alarme de Sismondi fut jeté, deux ordres de faits s'imposaient d'une manière particulière à l'attention du monde : *le paupérisme* et *les crises économiques*¹. L'ancien adepte de l'école classique s'éleva contre les exagérations de l'école anglaise alors toute-puissante. Le spectacle des abus qu'offrait à ses yeux l'organisation économique du XIX^e siècle, suscita en lui une généreuse indignation, il devint le chef du mouvement de réaction contre

1. Gide et Rist, *Histoire des doctrines économiques*, p. 204.

les doctrines de l'économie politique classique, véritable précurseur des socialistes de la chaire¹. Cherchant la cause véritable des crises qui se succédaient avec une régularité effrayante, il crut la trouver dans la production pléthorique, conséquence du machinisme et de la libre concurrence. Il attaque avec une rare vigueur ce postulat de l'école classique en vertu duquel la production en créant des moyens d'échange crée des consommations², c'est-à-dire une augmentation des jouissances de l'homme.

Mais, cette assertion de l'économie classique n'empêche point Sismondi de voir le triste spectacle étalé devant ses yeux par l'industrialisme de son époque. Il ne nie pas la force créatrice qui réside en la concurrence, mais il se refuse à rester aveugle et muet devant ses méfaits. La concurrence, tout en créant une abondance de produits à meilleur marché, tout en servant, par les besoins de la lutte et par la nécessité de vaincre, ce que nous sommes habitués d'appeler l'idée de progrès, laissait sur sa route sanglante bien des cadavres.

Par l'engorgement périodique des débouchés, par les nombreux arrêts de toute activité productrice — avec la conséquence obligatoire du chômage pour les classes ouvrières — la concurrence créait des catégories entières de non-consommateurs.

Sismondi s'indigne, et à juste raison, contre les funestes conclusions de Ricardo et de l'Ecole anglaise en général, qui ne regarde qu'au revenu net d'une nation sans s'inquiéter de la manière dont il est formé et réparti. Il s'élève contre l'absurde position de la richesse vis-à-vis de l'homme.

1. Blanqui, *Histoire de l'Economie Politique*, 1860, Paris t. II, p. 210.

2. Sismondi, *Nouveaux Principes*, t. II, p. 408.

« L'économie politique doit nous enseigner la théorie du
« bonheur de tous, l'humanité doit nous tenir en garde contre
« l'erreur de voir le bien public dans la richesse, en faisant
« abstraction des souffrances des êtres humains qui la créent ¹ »

La pensée maîtresse de Sismondi c'est que le problème fondamental de l'Economie politique est celui de la répartition des richesses et que le développement de celles-ci n'a d'intérêt que dans la mesure où elles procurent plus de bonheur et de bien-être au plus grand nombre de travailleurs.

Pour les préserver des malheurs de la surproduction, il propose que le revenu soit la limite normale et obligatoire de toute activité productrice. Mais parler du revenu des classes ouvrières ce n'est, somme toute, que parler de leur pouvoir d'achat.

Ce qu'il met donc en avant, c'est un idéal de consommateur, idéal démocratique et généreux en même temps.

S'il est vrai qu'il ne s'occupa pas spécialement du consommateur, il faut reconnaître, qu'il y toucha de très près. Mais son cri de révolte, véritable tonnerre dans le ciel calme et serein de l'économie classique, allait ouvrir une ère nouvelle dans l'évolution des doctrines et éloigner ainsi, pour un temps plus ou moins long, de nombreux économistes de la route ouverte par la clarté et l'esprit méthodique de Say.

Sismondi avait ainsi posé dans le cadre de l'économie politique le brûlant problème social; il avait posé en même temps les premiers éléments de la critique socialiste sans que nous puissions l'intégrer toutefois parmi les socialistes; com-

1. Sismondi. *Nouveaux Principes d'Économie Politique*, Paris 1827, t. II p. 373.

me le pense parfaitement M. Hitier, « son manque d'enthousiasme pour la concurrence ne saurait être une raison suffisante ¹ ».

C'est l'honneur de Sismondi d'avoir, un des premiers, réagi contre les tendances classiques et d'avoir donné le signal de la protestation. Il a rappelé aux économistes hypnotisés sur la production et sur son accroissement, que la société humaine est une société d'êtres moraux et n'a pas un caractère purement matériel et économique ².

Mais si cela est parfaitement vrai, il n'en reste pas moins que son cri d'alarme, transformé plus tard en cri de guerre et de haine, devait amoindrir l'intérêt doctrinal pour la consommation et pour le consommateur, intérêt à peine naissant. L'intérêt des économistes, concentré dans une première période (celle de l'économie classique anglaise) uniquement sur la production et sur le producteur, transplanté un instant par l'effort de Say sur le terrain de la consommation, sera cette fois détourné par l'œuvre de Sismondi; celui-ci attaché au domaine de la répartition, ouvrirait par cela même la porte à tous les schismes doctrinaux et à toutes les discussions qui mirent aux prises les économistes du XIX^e siècle.

§ III. — FOURIER ET LES INTERMÉDIAIRES

Avec Fourier nous retournons de nouveau à la consommation et au consommateur. Mais, d'une manière toute nouvelle Car si *J.-B. Say* a introduit le chapitre de la consommation dans

1. Hitier, *Sismondi, Ses doctrines Économiques et Sociales. Revue d'Economie Politique*, 1899. Paris.

2. *Ibid.*, p. 579.

l'ensemble de la théorie économique et si *Sismondi* a pris la défense de l'ouvrier jeté dans l'indigence par les méfaits du machinisme et de la concurrence, tous les deux, cependant, n'ont touché que de bien loin aux problèmes de la consommation et au rôle du consommateur. Au contraire, Fourier s'attaque d'une manière directe au problème qui fait l'objet de notre étude; il s'y attaque avec vigueur, avec succès et avec méthode, en dépit de toutes les folies, dont ses livres pullulent. Aussi, nous nous attarderons davantage à l'examen des idées de cet ancien sergent de boutique, qui tout en étant fou, il faut le reconnaître avec P. Leroy-Beaulieu, fut un fou de génie, car « quelle qu'en ait été la mesure de sa folie, il est certain qu'elle n'a pas vicié sa pensée, qu'elle n'a pas contaminé ses précieuses facultés ¹ ».

Le désordre apparent de sa pensée, la singularité de son existence, l'imbraglio de ses idées, où l'étrange voisine à la naïveté la plus enfantine, et la pensée géniale aux choses les plus ridicules, ont fait de Fourier un grand méconnu.

Tous ceux qui ont étudié son œuvre de plus près, sont loin, à l'heure actuelle encore, de tomber d'accord sur la place qu'on doit assigner à cette singulière figure de l'école française.

Plusieurs écoles l'ont revendiqué à tour de rôle, sans qu'on puisse lui fixer une place bien définie. Si les uns l'ont considéré en socialiste de la pire espèce, c'est-à-dire communiste, d'autres l'ont classé avec non moins de justesse, parmi les socialistes libéraux. M. Gide voit en lui, le père du coopératisme, tandis que les féministes s'en réclament avec non moins d'énergie. Sans entrer dans le dédale de ces discussions qui sortent

1. Bourgin Hubert « *Fourier* » Thèse Lettres, — Paris 1905, p. 52.

du cadre de notre travail, nous nous voyons forcés cependant, d'augmenter encore le nombre des doctrines qui se réclament de Fourier.

Nous voyons en Fourier surtout l'économiste de la consommation, nous voyons en lui, le défenseur du consommateur, le premier qui ait compris et l'étendue et l'importance du problème qui nous préoccupe. Car, s'il est vrai que des doctrines comme le coopératisme se font un mérite d'être considérées en premier lieu des doctrines de consommation et de défense du consommateur, il ne faut point oublier, que la plupart de leurs principes viennent directement de Fourier.

Fourier commence par faire la critique la plus vive et la plus énergique des philosophes, des moralistes et des économistes, il les couvre de son mépris, car ils ne sont même pas en état de mettre fin à cette absurdité générale et au plus scandaleux des désordres sociaux : la pauvreté.

Les sciences morales et politiques ne trouvent près de lui aucune grâce non plus, car, depuis 25 siècles qu'elles existent, elles n'ont rien fait pour le bonheur de l'humanité, elles n'ont servi qu'à augmenter la malice humaine, en raison des perfectionnements des sciences réformatrices; elles n'ont abouti qu'à perpétuer l'indigence et les perfidies, qu'à reproduire les mêmes fléaux sous diverses formes¹.

Si la critique de Fourier est une critique générale de la société, de la civilisation, qui s'attaque à tous ses maux et à tous ses vices, elle s'adresse particulièrement à certaines catégories sociales, comme les marchands qui ne feraient que les

1. Fourier. *Théorie des Quatre Mouvements et des destinées générales* Leipzig, 1808, p. 27.

entretenir et perpétuer par leur parasitisme économique. C'est dans ces critiques des négociants et des juifs que toute l'ardeur du polémiste et du pamphlétaire se donne libre carrière. Pour lui tout le désordre social provient de l'introduction de l'esprit mercantile qui a faussé tous les rouages de la vie et a détruit en germe toute idée d'harmonie ¹.

Mais Fourier ne se borne pas seulement à des vagues affirmations, il passe à une analyse des plus serrées pour découvrir l'explication, pour saisir les causes du mal social. Il commence par l'analyse successive des fonctions économiques et y découvre les tares qui entretiennent le désordre et l'iniquité.

La production est anarchique, par la mauvaise utilisation des emplois, des facultés, des goûts et des passions, et surtout parce que la société tolère ou entretient toutes sortes de parasites ; parasites domestiques (enfants et serviteurs), parasites sociaux), les armées, les fonctionnaires, les chômeurs les sophistes et les agioteurs ; tous « agents de destruction positive ». La production est surtout anarchique d'après lui parce que l'agriculture n'est point rétablie dans son rôle prépondérant, et au contraire « elle est asservie au commerce, fonction accessoire » ².

Mais ce qui achève l'œuvre anarchique de la production c'est le commerce. « Le colosse mercantile est le nouveau sou-

1. « L'esprit mercantile a ouvert de nouvelles routes au crime, à chaque guerre il étend les déchirements sur les deux hémisphères et porte jusqu'au sein des régions sauvages les scandales de la cupidité civilisée ; nos vaisseaux n'embrassent le monde entier, que pour associer les barbares et sauvages à nos vices et à nos fureurs ; oui, la civilisation devient plus odieuse aux approches de sa chute : la terre n'offre plus qu'un affreux chaos politique, elle appelle le bras d'un autre Hercule pour la purger des monstruosité sociales qui la déshonorent ».

Fourier. *Théorie des Quatre Mouvements*, p. 142.

2. *Ibid.* *Théorie de l'Unité Universelle* t. III, p. 177.

« verain devant lequel fléchit la société ¹. Les marchands, au-
« jourd'hui sont libres, dit-il, mais le corps social ne l'est pas
« dans ses relations avec eux, car on est forcé à faire des achats;
« on ne peut pas se passer de subsistances et vêtements, qu'on
« n'obtient que par achat; on est donc par le fait asservi aux
« vendeurs dont il faut essayer les fourberies ² ».

Le commerce tel qu'il est organisé n'est qu'une machine attentatoire à la vie et au bien-être de la société, qui devrait être assurée contre les banqueroutes, contre l'agiotage, l'accaparement, l'usure et la déperdition et autres désordres qui naissent du système actuel ³. Le mode d'échange — connu sous le nom de la libre concurrence, c'est-à-dire, indépendance des marchands — est vicieux et il doit être remplacé par la concurrence sociétaire où les intérêts du corps commercial seraient subordonnés à ceux des producteurs et des consommateurs. Il faut secouer le règne néfaste des marchands; « dans
« l'ordre social actuel ils ne sont qu'une troupe de *pirales coa-*
« *lisés*, qu'une *nuée de vautours* qui *dévorent l'industrie agri-*
« *cole et manufacturière* et asservissent en tout sens le corps
« social ⁴ ».

Fourier s'élève avec indignation contre l'accaparement « le
« plus odieux des crimes commerciaux car il s'attaque à la
« partie souffrante de l'industrie et ne ménage point sa colère
« à ceux qui s'y adonnent, et qui lui font l'effet « d'une bande
« de bourreaux qui irait sur les champs de bataille déchirer et
« aggrandir les plaies des blessés.

1. Fourier, *Théorie de l'Unité Universelle*, t. II, p. 203-204.

2. *Ibid.* p. 195.

3. *Ibid.* *Théorie des Quatre Mouvements*, p. 3312.

4. *Passim*, p. 320.

Pour lui le « laissez faire » de l'école classique ne signifie rien autre chose que « laissez faire les marchands ». La liberté commerciale doit subir des restrictions selon les besoins du corps social, et « l'homme pourvu en surabondance d'une « denrée dont il n'est ni producteur ni consommateur doit « être considéré comme dépositaire conditionnel et non pas « comme propriétaire absolu ¹ ».

Fourier déclare que dans les moments de crise, l'Etat doit intervenir en faveur de la masse des consommateurs; il a l'obligation de s'écarter des règles et coutumes et protéger ceux-ci effectivement en proclamant *hors de commerce* les marchandises et produits qui font l'objet de la spéculation et de l'accaparement.

L'Etat doit en même temps « maximiser le bénéfice » en le fixant à un taux suffisant pour encourager l'arrivage.

Les approvisionnements de chaque marchand doivent être limités en proportion du débouché habituel dont il pourra justifier par le terme moyen de ses ventes de plusieurs années ².

L'idée même d'un monopole général ne l'effraie pas. Au contraire il y voit le « véritable préservatif » qui assurerait au moins au consommateur qui mettrait le prix, des produits et des denrées naturels, qu'on chercherait en vain sous le régime de la liberté, tant l'altération et la tromperie se sont répandues ³.

Mais sa critique contre le commerce devient vraiment intéressante et très profonde, quand il s'attaque aux abus de

1. Fourier, *Théorie des Quatre Mouvements*, p. 339.

2. *Ibid.* passim, p. 344.

3. *Ibid.* *Le nouveau monde industriel et sociétaire*, p. 469.

la multiplication des intermédiaires, cause essentielle de la déperdition des forces créatrices de la société moderne.

« La principale économie doit être l'économie des bras, des « agents superflus, qu'on pourrait épargner et que nous pro-
« diguons à des fonctions improductives comme celle du
« commerce ¹ ».

L'esprit pénétrant de Fourier avait découvert là une des plus flagrantes contradictions et un anachronisme des plus inintelligibles de l'économie moderne. En effet, à l'heure où tous les efforts vers le mieux économique n'ont d'autre fondement que l'économie des forces, l'économie des énergies humaines et mécaniques, pour des emplois vraiment créateurs, nous assistons au spectacle décevant qu'offre le développement toujours grandissant du petit commerce. Le petit commerce parasitaire, inactif, routinier, souvent faussaire, donne l'impression de languir, pullule au contraire jusque dans le voisinage des grands magasins, se débat dans la médiocrité mais ne veut pas mourir.

Ainsi, Fourier arrive au terme de sa critique à certaines conclusions d'ordre général. Il constate que le mécanisme du commerce manque de rapidité dans son fonctionnement, qu'il donne lieu à une multitude de fautes et de graves erreurs. Il voit dans le commerce le stimulant le plus énergique de l'égoïsme général, provoquant l'insolidarité et sacrifiant d'une manière constante le collectif à l'individuel. La surabondance des marchands amène la surélévation des prix. Le marché qui n'a comme fonction que celle d'alimenter et de fournir les consommateurs, par son instabilité et son incertitude étend

1. Fourier, *Théorie des Quatre Mouvements*, p. 346.

les ravages du commerce à tout le corps social et n'en épargne aucune catégorie.

Mais si Fourier avait dénoncé le mal avec une verve caus-tique et une précision qui n'ont laissé que peu de choses à dire après lui, il se devait à lui-même de nous indiquer le remède. Et ce remède n'est autre que l'organisation de la consommation ou la jouissance individuelle, comme il l'appelle dans son lan-gage si personnel. Adapter parfaitement les moyens de jouis-sance aux désirs de l'humanité et établir l'équilibre de la production et de la consommation, c'est-à-dire une proportion entre des consommateurs et les forces productives, c'est là la première question à résoudre.

Et cette question ne sera véritablement résolue que par l'emploi du système de l'association tant dans la production que dans la consommation, c'est-à-dire le Phalanstère. « J'ai « observé que les économies ne pouvant naître que des grandes « réunions, Dieu a dû composer une théorie sociétaire applicable « à des masses nombreuses et non à trois ou quatre familles ¹ ».

C'est l'emploi de la consommation sur grande échelle, pour éviter les gaspillages inhérents à la vie de ménage, et qui lui apparaît comme un « corollaire indispensable de la grande production ² ». Pour Fourier les économies qui résulteraient de ce mode nouveau de consommation sont innombrables; économie de temps pour les ménagères obligées de se rendre chaque jour au marché, économie de combustible par la préparation des mets dans le fourneau commun, économies de bras, d'objets et ustensiles de ménage

1. Fourier, *Théorie de l'Unité Universelle*, t. II, p. 29.

2. Gide, *Ch. Fourier*, Petite Bibliothèque Economique, Guillaumin, Paris, Introduction, 33.

impossibles dans les ménages dispersés. La supputation des énormes économies qui doivent résulter de cette consommation en commun, est un des thèmes favoris de Fourier. Son esprit méticuleux se complait à ces comptes de ménage¹.

Jusqu'à l'avènement de ces associations autonomes qui sont les phalanstères, Fourier recommandait l'institution des *emploirs communaux*, qui devaient sauvegarder les intérêts des masses consommatrices en recevant les marchandises des producteurs en dépôt et les vendant directement et sans intermédiaire aux consommateurs. Mais ce n'était là qu'une mesure transitoire dans la pensée de Fourier et qui devait disparaître une fois les phalanstères organisés.

Les désirs, les passions, les besoins doivent être développés, encouragés. Le véritable bonheur des individus ne résulte que des satisfactions continuellement accrues. Pour que la jouissance de l'individu soit la plus grande possible, il faut que tous les éléments de la vie économique concourent, et à commencer par la consommation alimentaire.

« Le principe d'où il faut partir est qu'on arriverait à une « perfection générale de l'industrie par exigence et raffinement « universel des consommateurs² ».

Il est vraiment nécessaire de remarquer la place importante que tient la consommation dans l'ensemble du système fourieriste, et le rôle de tout premier ordre qu'il assigne au consommateur à une époque où il semble totalement ignoré.

Apôtre de la gourmandise et de la consommation raffinée³, Fourier avait établi son quartier général dans la cuisine³,

1. Gide. Ch. « Fourier », cit. passim.

2. Fourier, Le Nouveau Monde Industriel, p. 254.

3. Ch. Gide., Leçons faites au Collège de France, 1921-1922.

car d'après lui la gastrosophie ou gastronomie combinée est le plus sûr moyen du bonheur physique des hommes, source de sagesse, de lumière et d'accords sociaux. ⁴ L'éducation gastrosophique éviterait les falsifications des denrées et les consommateurs ne pourraient qu'en profiter. Ainsi il fait appel à la consommation sous toutes ses formes, il l'exige de plus en plus artistique, de plus en plus raffinée et ne voit son accomplissement que dans la vie du phalanstère, la vie en commun, mais à base passionnelle et artistique.

Grâce à Fourier, la consommation ne fut plus regardée comme inférieure à la production ni au point de vue moral ni au point de vue économique. Au contraire, au seuil de l'organisation sociale de Fourier se trouve la consommation. Elle met les hommes en communion, elle les unit. Elle est altruiste car la toilette même qu'on porte « ce n'est qu'une consommation pour autrui ».

Dans les pages précédentes que nous avons consacrées à Fourier et des nombreuses citations que nous avons extraites de ses livres, il ressort suffisamment clair, la grande place qu'il mérite parmi les théoriciens français de la consommation. Il mérite non seulement, cette place d'honneur, par la critique ardente dirigée contre les ennemis du consommateur, par les attaques impitoyables contre tous les parasites de la vie économique, mais surtout par la partie constructive de son œuvre.

M. Ch. Gide a su témoigner en des pages d'une beauté remarquable, tout l'intérêt qui s'attache à l'œuvre de celui en qui il ne voit pas seulement, le constructeur du socialisme

1. Fourier, *Le Nouveau Monde*, p. 258.

phalanstérien, mais bien encore, le grand ancêtre du coopératisme. Pour nous aussi, Fourier peut revendiquer l'honneur et la paternité de cette partie constructive de son œuvre et qui se rattache de la manière la plus intime au rôle du consommateur dans l'économie moderne. Quoique M. Bourgin dans sa remarquable et très complète étude sur Fourier, nie que la doctrine de Fourier puisse être considérée comme une cause déterminante du mouvement coopératif contemporain, nous sommes d'un avis contraire. « Pour agir dans la société, dit-il, « les doctrines sociales doivent cesser d'être des faits de conscience individuels pour devenir des faits de conscience sociale et elles ne peuvent devenir telles que quand elles sont « elles-mêmes en accord avec les conditions et les déterminations de la conscience sociale à une moment donné ¹ ». Cela n'est que très vrai, mais comment expliquer tout un mouvement, engendré par les idées de Fourier, mouvement connu sous le nom de fouriérisme, qui tout en connaissant une fortune bien adverse, ne s'éteignit jamais en France? Nous croyons au contraire, que sous l'aspect divers et changeant des choses, il y a une continuité dans la marche des idées et des principes. La graine jetée par Fourier, pour la défense du consommateur, pour le salut de ses intérêts ne tomba point, comme on le croit, sur la terre stérile et inhospitalière.

Toute une école devait, un peu plus tard, s'ingénier à la faire germer. Le coopératisme français, dans la personne de son chef s'en réclame, en pensant que bien des épis de la belle récolte sont dus en partie, à la graine jetée par le fou génial.

1. M. Bourgui, « Fourier » Thèse, Lettres, p. 508.

§ IV. — LES DOCTRINES SOCIO-RELIGIEUSES ET LE RETOUR
A LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR.

Si la première moitié du XIX^e siècle avait vu la consolidation définitive, du libéralisme économique et la riche efflorescence des doctrines St-Simoniennes et fouriériste, qui permirent l'affirmation d'une théorie encore rudimentaire de la consommation, la brusque apparition d'une doctrine nouvelle, doctrine de haine sociale et de guerre, devait interrompre ses lents progrès et la menacer dans son existence même. En effet, la publication du « manifeste du parti communiste » est une date qui marque le commencement d'une ère nouvelle comme l'a dit non sans quelque raison M. Labriola ¹.

Le socialisme marxiste à l'allure scientifique, répudiant toute idéologie, écrase sous son mépris le socialisme utopique, essentiellement français par sa base idéaliste et par ses aspirations réformistes. Le socialisme révolutionnaire n'aura pas compromis ainsi seulement les doctrines socialistes adverses, il aura surtout distrait pour longtemps l'attention des économistes des problèmes d'économie politique pure, en la concentrant sur la question sociale.

La répartition, telle qu'elle ressort à la suite du procès économique dans la société moderne; le sort de l'ouvrier exploité par la sangsue capitaliste; la formation du capital par les accumulations successives des plus-values volées à l'ouvrier, seul créateur de toute valeur, constituée uniquement par la quantité de force de travail, voilà les problèmes qui, une fois lancés, concentrèrent l'intérêt de tous les doctrinaires

1. *Essai sur la conception matérialiste de l'histoire*, Paris, p. 21.

et de tous les économistes. L'Internationale, véritable épouvantail des gouvernements pendant une assez longue période, met en question l'organisation des classes ouvrières pour la conquête du pouvoir détenu par la bourgeoisie, seule bénéficiaire de l'héritage révolutionnaire de 1789. Il s'agit de faire vivre les grands principes révolutionnaires dans la réalité sociale, comme dans la réalité économique.

Pour la nouvelle doctrine, la société se divise en deux camps opposés; d'un côté les exploiters, les capitalistes; de l'autre, les exploités chaque jour plus nombreux, la grande masse des travailleurs prolétariés, en un mot.

Entre ces deux ennemis irréductibles, il n'y a point d'armistice, c'est la guerre perpétuelle et sans merci qui doit finir seulement avec la victoire des derniers sur le petit nombre de monopoleurs et exploiters voraces. Ce fut dans cette atmosphère de bataille sociale et de luttes doctrinales, que la seconde moitié du XIX^e siècle vit naître en France, comme une réaction de défense sociale et de salut économique contre le socialisme, tout un groupe de doctrines et de théories qui touchent de très près à notre sujet. Leur apparition signifie en même temps un regain d'activité doctrinale pour la théorie de la consommation et le retour à la protection du consommateur.

Nous avons distingué d'une manière particulière parmi ces doctrines trois d'entre elles seulement : *l'école de Le Play*, *le coopératisme de l'école de Nîmes* et *le solidarisme*. Nous avons négligé les innombrables groupes du mouvement social-catholique, car il aurait fallu entrer dans les détails historiques, qui sortent du cadre de notre travail. Les trois écoles que nous allons examiner représentent à nos yeux, les aspects les plus

saillants, les caractères les plus originaux, les attitudes les plus nettes de l'école française moderne en ce qui concerne la consommation et le consommateur. Certes, leurs programmes, leurs buts précis à atteindre, leurs méthodes mêmes sont assez différents, mais il y a quand même certains points communs qui nous font voir en elles des doctrines de la même famille. Toutes les trois ont une base éthico-religieuse profonde, toutes les trois aspirent à introduire dans le monde économique une amélioration morale, elles répudient la guerre des classes, le matérialisme envahissant; elles ont l'horreur du socialisme et de toute révolution. Elles prêchent la paix et l'harmonie sociale et ne veulent aucune intervention de la part de l'Etat.

Quoique M. Gide se demande s'il était bien utile de faire à ces doctrines une place parmi les doctrines strictement économiques, étant donné leur caractère plutôt moral qu'économique, nous croyons cependant qu'elles intéressent vivement notre étude, car pour nous, leur action sur les esprits ne fait point de doute. Si hétérogènes qu'elles puissent paraître au premier abord, il y a quand même un fil qui les relie toutes ensemble, et de ces membres épars « *membra disjecta* » arrive à faire un tout, un ensemble harmonieux et défini. Ce fil, ce n'est autre que le souci et la protection du consommateur.

Le Play. — La doctrine de Le Play offre un mélange assez singulier de conceptions anciennes et d'idées modernes. Elle implique la subordination des intérêts à la morale et un retour à quelques-unes des coutumes du Moyen-Age¹. C'est

1. *La Grande Encyclopédie*, art. « Le Play », p. 59

donc sur cette base éthico-religieuse que Le Play construira tout son système social et économique. On peut dire que toute l'économie sociale, en tant qu'elle est l'étude des institutions qui intéressent le bien-être des classes ouvrières et les rapports moraux entre les divers groupes qui composent la société, est née en notre siècle des observations et des travaux de Le Play ¹.

Le Play prend comme critérium de sa méthode d'observation qu'il oppose si fièrement « aux méthodes d'invention », les budgets familiaux, c'est-à-dire un pur critérium de consommateur. Parti des recherches ayant pour but l'étude des procédés techniques de la métallurgie, Le Play remarque que l'ouvrier constituait l'outil essentiel de cette industrie. Cela l'amena à rechercher quelles étaient les conditions matérielles de l'ouvrier, les recettes et les dépenses qu'elles servent à couvrir. Etablir la balance entre elles, ce fut là l'embryon de la méthode monographique ².

La monographie de famille comprend uniformément trois parties ; la première partie exprime les caractères distinctifs de l'ouvrier décrit, la seconde est consacrée aux budgets et comptes annexes et la troisième comprend des notes annexes à la monographie.

En face des revenus de chaque famille, revenus provenant de quatre sources : propriété immobilière, valeurs mobilières, salaires et bénéfices d'industrie, Le Play analyse les dépenses de consommation qui sont réparties en cinq catégories, à savoir : dépenses de *nourriture*, de *habitation*, de *vêtement*, de *instruc-*

1. Rambaud, *Histoire des doctrines économiques*, Larose, Paris, 1899 p. 321.

2. Vignes, *La Science Sociale d'après les principes de Le Play*, Giard Paris, 1897, p. 48.

tion et d'épargne. Dans le budget domestique ainsi dressé, Le Play prétend résumer la description de la famille et y trouver la vérification numérique, le contrôle mathématique des faits révélés par l'analyse ¹.

La méthode monographique trouvait ainsi son fondement et son soutien dans l'étude approfondie des différentes dépenses de consommation. Par là même, la doctrine de Le Play attire de nouveau l'attention sur le consommateur et ne laisse point disparaître une des caractéristiques de l'école française.

Mais pour nous la doctrine de Le Play est surtout une doctrine favorable au consommateur, par les conclusions auxquelles il devait aboutir, grâce à sa méthode d'observation directe et réaliste. Tandis que les économistes anglais de Ricardo à Stuart Mill n'ont connu que la méthode métaphysique qui les a conduit à formuler la doctrine des antagonismes sociaux, Le Play arrivera à proclamer l'utilité et la nécessité de paix sociale et d'harmonie économique. Ce fut surtout cet idéal, qui inspira d'une manière constante la noble pensée de Le Play. Les peuples comme les individus doivent reprendre la pratique des lois morales, parce que leur prospérité matérielle ne subsiste qu'autant que ces lois sont respectées. La solution des problèmes sociaux doit se trouver désormais dans les institutions qui savent créer entre toutes les classes, l'harmonie, les sentiments d'interdépendance, plus que l'égalité, comme on le croit généralement dans les démocraties modernes.

« La paix sociale, dit-il, est le critérium du bonheur; les « bons sont ceux qui apaisent la discorde; les méchants sont

1. Le Play, *Les ouvriers européens*, 2^e édit. t. I, p. 225.

« ceux qui la font naître; le bien, c'est le bonheur dans la
« paix et l'union des âmes; le mal c'est l'inquiétude dans
« l'antagonisme et la haine ». Ainsi, Le Play nous a clairement
démontré qu'à côté de la liberté des institutions il faut tou-
jours placer la pratique des idées morales sans lesquelles nulle
harmonie, nulle justice, nulle paix ne peut exister dans notre
démocratie¹.

Jâmais peut-être, la vérité de ce noble idéal exprimé par
la doctrine de Le Play n'avait autant besoin d'être proclamée.
La dernière guerre ne fut pas seulement une guerre de des-
truction et de dévastation dans le domaine des richesses ma-
térielles, elle désola également le patrimoine moral de l'humani-
té. La crise d'honnêteté déferla ses vagues empoisonnées
sur toutes les catégories sociales, faussant la conscience,
causant une véritable dissolution morale. Il est grandement
temps de rappeler à certains facteurs économiques, qui pa-
raissent l'avoir oublié, que l'activité économique ne pourrait
pas se réduire uniquement à l'exploitation soit du producteur,
soit de l'ouvrier ou du consommateur, pour réaliser des béné-
fices qui ne répondent ni aux risques courrus ni aux efforts
fournis.

« Je constate même que les inspirations de l'esprit de vio-
« lence dans les rapports sociaux de la vie politique et de la
« vie privée sont condamnées à la fois par l'expérience et par
« la raison. J'ai été ainsi amené à reconnaître que la science
« des sociétés est subordonnée à l'amour de nos semblables
comme la géométrie l'est aux axiomes de l'étendue² ».

2. J. Signorel. *Hommage à Le Play*, *La Réforme sociale*, septembre-octobre 1921.

1. Le Play, cité par Auburtin, *Petite Bibliothèque Economique*, Guillaumin, Paris, p. 273.

Le Play veut donc guérir les plaies sociales par la restauration morale de l'humanité. Il croit arriver à cette restauration en rétablissant à l'intérieur de la famille, l'autorité du père ruinée par « les faux dogmes de quatre-vingt-neuf » l'autorité du patron dans l'atelier et celle du décalogue dans la conscience du monde. Le Play fut toujours l'ennemi de l'individualisme exagéré, mais ne combattit pas la libre concurrence. Il croyait éviter ses méfaits par cette triple restauration morale. La politique sociale qui se dégage de cet exposé de la doctrine de Le Play, nous semble véritablement la seule politique profitable au consommateur, la politique de l'équilibre et de l'harmonie des différentes forces économiques. Ainsi nous nous rallions tout à fait à l'opinion de Cossa qui pense que « Le Play a contribué aux progrès de l'économie « pure par ses *recherches sur la consommation* et les différentes « habitudes sociales étudiées par la méthode monographique « qui peut être un utile complément, mais qui ne peut pas « cependant se substituer aux observations méthodiques et « collectives de la statistique ¹ ».

Le solidarisme. — Il est incontestable que jusqu'à la veille de la guerre mondiale, le solidarisme fut, parmi les doctrines économique-sociales, une de celles qui connurent le meilleur accueil auprès de l'opinion française. L'âme individualiste de la race et ses aspirations fortement idéalistes devait trouver dans cette doctrine le reflet de sa propre constitution. Aussi, le solidarisme est devenu depuis comme le terrain de ralliement des consciences accourues de tous les horizons, la doctrine rêvée pour mettre d'accord les antagonismes les plus

1. Cossa. *Histoire des doctrines économiques*, p. 395.

farouches et à formuler la suprême synthèse dans l'ordre économique et social. M. Bouglé, dans son étude si complète et si riche d'informations sur la solidarité est allé jusqu'à y voir la philosophie officielle de la III^e République. Sans entrer dans des discussions d'une portée plus ou moins controversée, nous nous bornons de constater ce simple fait d'histoire. Ce qui nous préoccupe en premier lieu, c'est de découvrir en quoi le solidarisme intéresse le consommateur, qu'elle attitude a-t-il à l'égard de son rôle et de formuler une réponse aussi complète que possible.

Le solidarisme part de ce postulat qui est pour lui presque un axiome, savoir que « la société ne peut rester indifférente au « jeu fatal des phénomènes économiques ¹ ». Le « *laissez-faire* » des économistes libéraux ce n'est qu'un masque philosophique qui doit couvrir leur égoïsme. La thèse de l'indifférence est injustifiable ; elle est même immorale, car au fond ce n'est que la justification des excès de la force. Assister impassible au spectacle de la lutte libre, où le fort a toujours raison du faible, ce n'est pas le fait du solidarisme. On a beau lui crier : c'est un phénomène naturel ; il répondra tout de suite : pour être naturel il n'est pas moins immoral. Il s'agit donc d'intervenir afin d'établir un équilibre entre l'homme et la société, pour que celui-ci ne soit pas écrasé de toute la puissance de celle-là, pour que le régime de la coopération soit substitué au sanglant régime de la compétition.

Le solidarisme veut détruire la notion abstraite et à priori de l'homme isolé et abattre du même coup une autre notion aussi fausse et dangereuse que la première, celle de l'Etat isolé de

1. Léon Bourgeois, *Solidarité*. A Colin, 3^e édit. Paris 1902, p. 32.

l'homme et opposé à lui comme une puissance supérieure, à laquelle il serait subordonné ¹.

Pour la nouvelle doctrine, l'homme au contraire n'est que le fruit, le produit, plutôt que le producteur. Vivant en société et ne pouvant subsister et se développer sans elle, dès son apparition dans le monde il contracte des dettes chaque jour plus nombreuses et chaque jour plus grandes. Et pourquoi l'homme naît-il débiteur de l'association humaine? Mais parce qu'avant d'être un producteur, il commence par être un consommateur des produits matériels comme des produits moraux, artistiques et intellectuels, produits accumulés depuis des siècles par la peine, par la souffrance, par le génie ou le travail des ancêtres. Débiteur envers ses parents, envers l'humble travailleur des champs, envers le génie créateur d'outils ou de jouissances artistiques et intellectuelles, l'homme n'est que cela toute sa vie; débiteur éternel d'une dette jamais éteinte, jamais épuisée. La société possède donc une sorte d'hypothèque sur chacun de ses membres, justifiée par ce rapport de droit.

Mais le solidarisme ne se propose pas seulement de régénérer le sens moral dans la société; il entend compléter le système du droit. Par là, il a voulu donner une base juridique à des aspirations purement morales, et assurer la réalisation par des sanctions imposées par le pouvoir social. La théorie du quasi-contrat devait remplir cet office, car il ne suffit pas que les individus se reconnaissent des devoirs nouveaux, il importe encore que la collectivité sanctionne ces devoirs. Il faut donc ajouter à « la déclaration des droits » une « *déclaration des devoirs sociaux* ² ».

1. Léon Bourgeois, *op. cit.*, p. 90.

2. Bouglé, *Le solidarisme*. Giard et Brière. Paris, 1907, p. 65.

Et le premier de ces devoirs sociaux, c'est de ne point abuser du principe de la liberté, car tout en reconnaissant que la liberté individuelle est la condition première de la vie et du progrès « humain », le solidarisme proclame également cette autre vérité, à savoir : qu'il ne faut pas s'en servir en égoïste sans conditions et sans limites¹.

C'est en voulant sauvegarder la liberté individuelle que le solidarisme arrive au point précis qui nous intéresse, l'intérêt du consommateur. Pour lui, les monopoles et les trusts ne sont à ce propos que l'abus monstrueux de la notion de liberté, l'instrument de destruction de la liberté du plus grand nombre.

« Voici un homme en possession du marché d'une denrée nécessaire à la vie des autres hommes, ayant assez de capitaux pour influencer ce marché à sa guise, pour se faire payer le prix qu'il veut de cette denrée par tous les consommateurs de son pays; voici de même pour chacun des autres produits indispensables à l'existence un autre homme également maître du marché. Ces quelques milliardaires arriveront à ruiner des classes entières de la société; les laissera-t-on dire qu'ils usent purement et simplement de leur liberté personnelle, que leur monopole repose sur la seule liberté? »².

Revenus à l'objet précis de notre étude, nous avons vu comment le solidarisme ne pouvait pas ignorer le consommateur et qu'il se devait à lui-même de suggérer les moyens pratiques, pour la mise en œuvre de ses principes. Il trouva l'instrument de cette réalisation dans l'association et plus particulièrement encore dans la coopération.

1. Léon Bourgeois, *op cit.*, p. 236.

2. Léon Bourgeois, *op cit.*, p. 236-237.

« Depuis l'association purement commerciale qui se préoccupe seulement d'augmenter les profits personnels de ses membres jusqu'aux grandes sociétés coopératives qui organisent l'effort collectif, pour réaliser une plus grande somme de justice sociale, il y a toute une hiérarchie de sociétés dans lesquelles l'idée de solidarité reçoit des applications de plus en plus formelles, pour aboutir au type supérieur — la réalisation en est déjà ébauchée — d'une société coopérative de consommation qui ferait réaliser par ses membres eux-mêmes groupés d'ailleurs en coopératives de production l'ensemble des produits consommés et les assurerait contre tous les cas de déperdition de forces individuelles »¹.

Ainsi, l'homme reste pour le solidarisme une fin et l'association un moyen, dont il se sert pour s'accroître et non pour se diminuer, comme ont prétendu certains de ses adversaires. Le solidarisme en voulant mettre d'accord l'idée de liberté monopolisée par l'économie orthodoxe, et l'idée de justice dont se réclament à juste titre les écoles socialistes, jettait un pont entre les deux doctrines antagonistes par où toute la révolution passerait².

C'est à ce caractère indéterminé, à cette attitude moyenne que le solidarisme doit une bonne partie de sa fortune.

Le vague et l'indéterminé ont fait de tout temps la force en même temps que la faiblesse des religions aussi bien que des systèmes sociaux. Et si sur ce point nous sommes d'accord avec la plupart des critiques du solidarisme, nous formulerons quand même une certaine réserve en ce qui concerne la consom-

1. Léon Bourgeois, *op. cit.* Appendix, p. 186.

2. Bouglé, *op. cit.* p. 135.

mation et le consommateur ; en effet si le solidarisme ne présente pas en tant que doctrine économique les précisions voulues, c'est qu'elles sont ailleurs, dans cette doctrine complémentaire qu'est le coopératisme. On est trop habitué à séparer le solidarisme du coopératisme oubliant que ce dernier n'est que la formule pratique, la formule économique du premier.

Par l'intégration du coopératisme au sein du solidarisme, les attaques et les reproches d'inconsistance et de vague ne pourraient plus se produire sans une certaine injustice.

Aussi, croyons-nous qu'il est grandement temps que cette disjonction cesse, pour la meilleure compréhension des deux théories à la fois.

M. Charles Gide et le coopératisme de l'école de Nîmes. — Dans le mouvement de réaction contre la doctrine orthodoxe, mouvement qui se dessina en France et à l'étranger, sous l'influence du groupe historique ou du groupe socialiste d'Etat ou sociologique, M. Charles Gide garde une place à part. Ce qui nous intéresse particulièrement, ce n'est point le fait que M. Gide avait élevé lui aussi un drapeau de révolte comme les autres groupes, c'est surtout qu'il inscrit sur son drapeau la défense du consommateur, renouant une des vieilles traditions de l'école française, passée définitivement dans son patrimoine depuis Fourier. C'est en tant que théoricien de la consommation, de défenseur du consommateur et propagandiste du mouvement coopératif, que nous allons étudier l'œuvre de M. Charles Gide, pour voir ce qu'elle a pu apporter de neuf dans la doctrine et d'utile pour la défense du grand oublié qui nous préoccupe. Mais avant de passer à l'examen du rôle du consommateur, tel qu'il apparaît dans le coopé-

ratisme français, nous tenons à fixer la place de M. Gide, à l'intérieur de l'école française moderne.

Nous trouvons nécessaire d'élucider ce point d'histoire des doctrines, d'autant plus que M. Gide s'est manifesté simultanément comme un solidariste de la première heure et comme un coopératiste ardent et convaincu.

En effet, M. Charles Gide se trouve être parmi les précurseurs du solidarisme, bataillant pour cette doctrine à une époque où elle était encore loin de rallier le nombre des voix qu'elle a su gagner depuis.

L'Ecole nouvelle. — Dans une conférence, sorte de programme, prononcée à Lausanne, M. Gide analysant brièvement les griefs dirigés contre le libéralisme orthodoxe, proclamait en même temps les idéals de la nouvelle école. On y trouve déjà la plupart des idées qu'il a développées et propagées avec un dévouement infatigable.

Il n'y montre aucun enthousiasme pour la liberté commerciale « qui fait pulluler ces intermédiaires et marchands au « détail, qui ruinent d'abord le producteur pour lui acheter « trop bon marché, puis le consommateur, pour lui vendre trop « cher, et finalement se ruinent eux-mêmes, pour être trop « nombreux »¹.

Il ne croit pas que l'intérêt individuel est nécessairement conforme à l'intérêt général et repousse avec énergie les conclusions optimistes d'un Bastiat. A l'encontre de l'école orthodoxe, l'école nouvelle ne veut plus établir cette ligne de démarcation entre la science et l'art, car, si la science explique, elle ne prescrit quoi que ce soit. La question sociale

1. Charles Gide. *Quatre Ecoles*, conférences. Lausanne, p. 105.

existe donc pour elle, s'impose. Le « *laisser faire* » doit disparaître, pour faire place au « *que faire* ».

L'art, pour elle, est aussi inséparable de la science, que l'avenir du passé¹. Ce faisant l'école nouvelle se défend énergiquement de nuire en quoi que ce soit à l'individualité. En combattant l'individualisme, elle prétend contribuer au rehaussement de la force et de la dignité humaines. Cette nouvelle école, c'est le solidarisme, ou, comme il l'appelle souvent, « l'école de la solidarité ».

Amené à répondre à des attaques dirigées par les économistes de l'école libérale; M. Gide distingue la solidarité des sociologues, de la solidarité des économistes ou de celle des coo-pératistes.

Par la division du travail et avec la spécialisation qui s'ensuit, les hommes arrivent chaque jour plus solidaires les uns des autres. On ne travaille que pour son semblable et c'est par le travail d'autrui, qu'on arrive à satisfaire la plupart de ses propres besoins. C'est la solidarité mécanique des sociologues. De cette solidarité M. Gide n'en veut pas, car elle est inconsciente, fatale, donc amoral.

Il l'appelle durement « la solidarité de l'aveugle et du paralytique », solidarité de pauvres infirmes². Mais il y a aussi la solidarité des économistes, réalisée dans le fait de l'échange et de la concurrence. Pour M. Gide, il est même incompréhensible que les économistes aient pu réunir ensemble deux notions tellement contradictoires, comme la solidarité et la concurrence. Il ne croit nullement, que la concurrence entre les producteurs puisse tourner au profit de l'intérêt général,

1. Charles Gide, *passim*.

1. Charles Gide. *Essai d'un philosophe de la Solidarité*, Alcan. 1902, p. 312.

c'est-à-dire au profit des consommateurs. Loin de là, la concurrence conduit au contraire les petits commerçants à falsifier les denrées, les grands à se liguier en trusts et coalitions, pour imposer les prix forts et gouverner les marchés. Donc, ni la division du travail, fondement assigné par l'école sociologique, ni la « concurrence » des économistes, ne lui paraît possible pour asseoir le principe de la solidarité¹.

A ces deux solidarités, il oppose la seule vraie « la solidarité réalisée par des moyens intentionnels », par l'effort moral, conscient et voulu, qui n'est que le coopératisme.

Et dans ce vaste mouvement d'amélioration morale et économique, toutes ses préférences vont en premier lieu, au coopératisme de consommation, car selon sa remarque, aussi juste que profonde, « la consommation n'est pas un état pathologique, accidentel, intermittent, elle est l'acte normal et « continu de la vie². » Le fait de la consommation est d'abord le plus universel de tous les faits économiques, car tout homme est avant tout un consommateur, et surtout un consommateur sans être implicitement un producteur. Aussi, le nombre des consommateurs est autrement important que celui des producteurs, il se trouverait dans la proportion de 3 à 1, dans l'ensemble de la population humaine. Leur intérêt donc se confond absolument, avec l'intérêt général. C'est à la défense de ce consommateur voué à toutes les embûches de la concurrence, et à toutes les ruses des marchands, que M. Charles Gide consacrerait le meilleur de son activité.

Sa doctrine sera : « L'association pour la vie » ; son idéal : « Le règne du consommateur » ; le moyen le plus sûr pour y

1. Charles Gide, *op. cit.*, p. 222.

2. *Passim*.

arriver : « Le coopératisme ». Sans entamer une discussion à fond sur la coopération de consommation, que nous nous réservons de faire dans un chapitre spécial de cette étude, nous croyons utile de faire une analyse aussi succincte que possible sur l'école de Nîmes, dont M. Gide est le doctrinaire et le propagandiste à la fois. Quel est son programme, quels sont ses moyens de lutte et ses idéals économiques, quels sont les résultats atteints pour la défense du consommateur, voilà autant de questions qui intéressent au plus haut degré notre sujet et auxquelles nous tâcherons de donner une réponse objective et complète.

Le programme coopératiste de M. Gide est très vaste ; il est tellement vaste que celui-ci n'hésite pas de le comparer à une véritable révolution au profit du consommateur « ce Jacques Bonhomme taillable et corvéable à merci ¹ ». Et en quoi consiste cette révolution ? Et comment s'opérera-t-elle ? Elle consiste précisément en ceci, que la production sera mise au service de la consommation ; car dans le mécanisme économique, elle n'est que le moyen dont le but final reste toujours la consommation.

L'ordre social organisé uniquement en vue de la production, c'est-à-dire la poursuite du gain individuel, du profit, doit cesser d'exister comme tel ; que le consommateur qui n'a d'autre fonction « que de faire vivre les autres » ², commence à vivre pour lui-même. Et la révolution économique ne s'opérera que par l'association en général, par le coopératisme en particulier.

1. Charles Gide, *La Coopération* conférences de propagande. Paris, p. 126.

2. *Ibid.*, passim.

M. Gide en parlant du coopératisme disait : « le coopératisme, ce n'est pas une boutique, c'est une étoile ». Par là, il voulait marquer les répercussions sociales considérables que ce mouvement était appelé d'apporter dans le mécanisme de l'économie moderne, en déplaçant la balance en faveur du consommateur.

Et en effet, quel est le résultat immédiat de cette idée, sortie de la pratique de la vie et des besoins de la classe ouvrière ? En premier lieu, c'est d'élever le genre de vie, « *le standard of life* », des grandes masses consommatrices, des couches ouvrières surtout, de leur augmenter le pouvoir d'achat, par la suppression des intermédiaires et du commerce faussaire et parasitaire. Les besoins des classes ouvrières ne sont pas seulement satisfaits d'une manière plus honnête et à meilleur marché ; ils sont chaque jour augmentés, chaque jour rendus plus raffinés.

Ainsi, la coopération aide les consommateurs à mieux vivre, par la vente de meilleurs produits alimentaires, objets d'habillement ou construction de maisons plus propres et plus confortables. Elle lutte contre la falsification des denrées, comme elle s'acharne contre le taudis « où il faudrait de l'héroïsme pour ne pas contracter la haine de la société ¹ ». En ce sens le coopératisme apparaît à M. Gide comme l'école de la paix sociale, car par la simplification des rouages économiques, par la suppression des intermédiaires, le coopératisme établit le juste prix sur le marché, introduit les jugements de valeur morale au sein des transactions commerciales, supprime la préoccupation du profit, abolit en un mot une foule de conflits

1. Rapport du Dr Du Mesnil cité par Bougle. *Le Solidarisme*

sociaux des plus dangereux. L'âme profondément religieuse de M. Gide, parfois mystique, hérita de cette foi inébranlable de Fourier, qui voit en l'amour, la seule force capable de tout transformer et de changer en ce monde.

Avec Tolstoï, M. Gide dit volontiers dans ses « *Principes d'Economie Politique* » que tout le mal vient de ce qu'on croit « qu'il y a certaines relations entre les hommes où l'on peut « agir sans amour. Or, de telles relations n'existent pas. »

M. Gide proclame ainsi l'importance et la force des idées morales dans l'étude de la richesse.

« L'amour aura le dernier mot » dit-il. Il faut le croire parce que l'expérience nous apprend que si la haine est puissante pour détruire, elle est impuissante à créer. Il faut le croire parce que la nature elle-même a voulu que l'association seule fut créatrice, non seulement dans le domaine de la vie, mais dans celui des corps inorganiques et que rien ne peut exister en ce monde, cellule ou molécule qui n'ait été conçu dans un embrassement ¹.

Et le coopératisme ce n'est que la mise en œuvre de cette noble idée, la seule féconde aussi bien dans le domaine économique que social.

Nous retrouvons ainsi dans la personne de M. Gide, le solidarisme religieux, le souffle évangélique d'un Tolstoï, unis à la formule fouriériste de l'association, formant l'ensemble le plus complet et le plus harmonieux. Sans épouser les espérances illimitées que M. Gide est enclin à voir se réaliser par sa doctrine, à savoir le coopératisme intégral, l'abolition du

1. Charles Gide, *La Coopération*. Conférences de propagande, 2^e édit. Larose, Paris 1906, p. 7.

salariat et de tous les conflits, l'avènement d'une république coopérative où le consommateur régnerait en maître, nous croyons trouver en elle les moyens les plus efficaces pour la défense du consommateur, les vues les plus claires sur l'importance de son rôle au sein de l'économie moderne.

Si M. Gide peut être rangé avec beaucoup de justice parmi les figures maîtresses de la nouvelle école française, il le doit certainement, en premier lieu à l'intérêt qu'il a su toujours témoigner à la consommation et au consommateur, à la compréhension supérieure de son rôle, à l'éclat et au talent merveilleux dépensés pour sa défense.

DEUXIÈME PARTIE

Les réalisations en faveur du Consommateur.

CHAPITRE PREMIER

La protection du Consommateur par lui-même.

§ I. — NÉCESSITÉ D'UNE ÉDUCATION ÉCONOMIQUE PLUS DÉVELOPPÉE.

Sous la pression des circonstances, aggravées du fait de la dernière guerre, l'éducation du consommateur devient un problème de tout premier ordre et qu'on ne saurait trop accentuer.

Las d'être la dupe des marchands et des intermédiaires, grands et petits, le consommateur cherche à se délivrer de leur joug en faisant de plus en plus lui-même ses affaires, et en se passant de leurs services.

La gêne, surtout, qui règne depuis la guerre, en des milieux de plus en plus étendus dans des nombreuses familles, qui ont connu jadis l'aisance, éveilla dans la conscience publique ce besoin de pédagogie sociale. Le besoin fut, dans cet ordre de faits comme en tant d'autres, créateur. Parlant dans une séance de la « Réforme sociale » sur la vie chère et l'organisation du consommateur, M. Jean Lerolle déclarait « ne rien dire

« du consommateur isolé » car, dit-il, « celui-là ne peut rien « pour se défendre. Il ne peut que subir les prix que lui impose « le marché et de bonne ou de mauvaise humeur payer ¹ ».

Sans nier la force que le consommateur peut trouver dans l'association pour la lutte contre la vie chère et pour la diminution des profits parasites, nous croyons que, même isolé, le consommateur reste une force qui n'est pas à dédaigner, s'il est renseigné, éclairé et éduqué. Aussi, avant de passer à l'analyse de la protection du consommateur avec le concours du groupe et de l'association, nous nous attarderons sur la nécessité d'une éducation du consommateur et nous tâcherons de découvrir les réalisations qu'on pourrait obtenir pour le bien de l'ensemble économique.

Pendant la guerre, on s'est aperçu que produire n'est pas la seule opération importante, et que la consommation mérite, elle aussi, l'attention la plus soutenue. Car en temps de crise on n'arrive à l'équilibre qu'en agissant simultanément sur les deux termes ; augmenter la production, réduire la consommation. Et comme tous les efforts pour augmenter la production ne pouvaient combler les déficits, il s'ensuivit par nécessité une politique de restriction, de rationnement, politique recommandée par la plus élémentaire des sagesse. Or, cette politique fut loin de réussir, faute d'une éducation appropriée du consommateur.

Le consommateur doit comprendre que résister à certains achats et entraînements, à certaines modes coûteuses, c'est travailler à son propre profit, car, par le moindre de ses achats, il peut exercer une action directrice dans le sens de la hausse. Le consommateur doit surtout cesser d'être un élément

1. *La Réforme sociale*, Bulletin de la Société d'Economie Sociale, Paris 1920..

passif, résigné et ignorant, dans le complexe économique moderne. L'éducation économique doit réveiller le consommateur « ce roi fainéant, comme l'appelle M. Gide, qui « ne répond même pas à la définition du roi constitutionnel « qui règne mais ne gouverne pas : lui ne gouverne ni ne « règne ». Il faut absolument développer en lui cette force de résistance, par la connaissance de la véritable valeur des produits qui lui sont offerts, par la publication des statistiques des prix le plus souvent possible.

L'accroissement des salaires fut, pour une bonne part, cause dans l'élévation du prix de revient des marchandises. On a reproché avec justice aux salaires élevés, de même qu'aux hauts revenus, de développer le goût du superflu, ou tout au moins, du luxe. « Le consommateur ainsi favorisé a désiré « les choses rares à n'importe quel prix et, de ce fait, a contribué à soutenir la hausse. Par exemple la gabardine, est préférée à des tissus de même nuance, mais à côtes un peu plus « grosses, tout aussi solides et bien moins chers. Les bas de « soie et les bas très fins sont également préférés à des bas « plus solides, d'un usage décuple et de prix moindre. Dans « la société coopérative d'une compagnie de transports en « commun, la demande des bas de soie a notablement augmenté¹ ».

Combien nécessaire et surtout utile, serait cette campagne d'éducation économique du consommateur, on l'a vu particulièrement pendant la dernière guerre.

En effet, pendant que le cuir manquait et qu'il eût fallu

1. Tessier. *Rapport sur les travaux du Comité technique du Commerce Statistique générale de la France et service d'observation des prix*. Ministère du Travail, Imprimerie Nationale, Paris 1921, p. 520-521.

restreindre la consommation, nous avons vu la mode des hautes bottines féminines gâcher follement une matière première coûteuse et dont on avait grandement besoin pour les services de la défense nationale. Quelle utilité n'eût-on pas retiré d'une campagne éducative contre ce gaspillage ridicule et coupable !

En général les consommateurs ne s'imposent pas volontiers des restrictions ; quand ils le peuvent, ils donnent libre cours à leurs goûts de luxe, même quand les objets et produits convoités doivent être achetés à l'étranger et dans des pays à change défavorable.

Ils sont loin de penser qu'en faisant de la sorte, ils découragent l'industrie nationale, ils diminuent la valeur de la monnaie nationale et que par là même, ils sont les agents de la vie chère. Mais ce reproche devrait s'adresser non seulement aux simples particuliers, mais plus encore aux hommes de gouvernement et aux administrations publiques. Ainsi tout dernièrement, le Ministre des Finances de Roumanie passait des commandes de matériel très importantes, en Suisse, le pays avec le change le plus élevé, quand il aurait trouvé absolument les mêmes produits sur d'autres places à des changes de beaucoup plus favorables.

Si on a dénoncé l'âpreté de certains négociants qui ne veulent pas résister suffisamment à l'appât du gain et qui dépassent ainsi toute limite dans la recherche du profit, pourquoi ne s'est-on pas occupé un peu de la part de responsabilité qui revient au consommateur lui-même dans ces déplorables habitudes ? S'il est parfaitement vrai que, depuis la guerre surtout, une vague d'immoralité et de déloyauté déferle sur le monde économique, il n'en reste pas moins que les consom-

mateurs ont leur part de responsabilité. Premièrement chacun veut gagner le plus possible. Dans leurs rapports réciproques, patrons et ouvriers, producteurs et consommateurs n'ont pas eu le souci de ne pas manquer aux lois les plus élémentaires de l'équité¹.

Pour combattre l'indélicatesse des marchands, leur esprit de rapine, le consommateur doit commencer par se moraliser lui-même. L'éducation économique doit lui inculquer les principes élémentaires de son organisation, de sa défense, et lui mettre en mains les armes de sa résistance.

Il tient à sa portée, justement, un instrument dont les travailleurs se servent depuis bien des années dans leur lutte contre le patronat, à savoir : la grève. Moyen légal, garantie du travail et du salaire de l'ouvrier, la grève pourrait servir aussi bien aux consommateurs, pour ramener dans le bon chemin les marchands trop oublieux de leur devoir social ! le plus élémentaire. La grève des achats est un moyen des plus efficaces et qui, une fois organisé, ne tarderait point de donner les résultats les plus favorables à l'intérêt du consommateur.

Et si souvent le consommateur croit dans sa naïveté, que de deux marchandises, la plus chère est aussi la meilleure, c'est que l'éducation économique lui manque totalement. L'économie politique classique, en formulant la loi de l'offre et de la demande, semble affirmer que, seule l'abondance ou la rareté des produits, fixe les cours. Elle ignore que la partie n'est point égale entre vendeurs et acheteurs.

En fait, les consommateurs ne forment qu'une grande masse totalement inorganisée, en face d'une minorité de commerçants parfaitement informés des conditions de la production

1. Tessier *op. cit.*, p. 521.

et de la vente et liés entre eux par des ententes formelles ou tacites. D'un côté, la capacité, l'expérience du terrain, un savant dosage de l'offre, une longue pratique des affaires, la connaissance précise de la psychologie de la clientèle, de ses goûts, de ses faiblesses, une étroite solidarité; de l'autre côté, l'ignorance des prix de gros, des stocks et des prix de revient, un défaut complet de solidarité, la crédulité qui fait accepter comme incontestables, les dires du marchand, le désir de paraître, enfin le sentiment très vif de l'isolement et d'une parfaite impuissance.

§ II. — INFLUENCE DES CONSÉQUENCES DE LA GUERRE.

La dernière guerre aura eu les conséquences les plus remarquables, les répercussions les plus importantes, surtout dans le domaine de la consommation. Elle montra jusqu'à l'évidence les tares de l'économie moderne à cet égard, et, par là même, elle indiqua les mesures d'amélioration en faveur du consommateur.

La première constatation qui s'impose à notre observation, c'est que la consommation augmente, et que c'est un accroissement par tête. Les mobilisés ont pris l'habitude de consommer plus de viande et de vin, plus de café, cacao et autres produits. On s'habitua à l'utilisation défectueuse des denrées, au gaspillage, à la prodigalité.

Ces habitudes contractées dans les tranchées se perpétuèrent au foyer par l'élévation des profits, traitements et salaires, pouvoir d'achat accru du fait de l'inflation monétaire.

Mais la guerre mit surtout en lumière, la concurrence exagérée entre les consommateurs, qui dans la crainte de ne pas être suffisamment approvisionnés, acceptent de payer les denrées à n'importe quel prix.

Leur manque d'éducation économique et de discipline les a amenés jusqu'à chercher le producteur dans sa propre ferme, pour le décider à vendre à des prix vraiment corrupteurs. De cette manière, le paysan n'a plus besoin d'aller au marché et de subir sa loi, il se contente de rester commodément chez lui et d'imposer la sienne. Cette folle concurrence entre les consommateurs dépourvus de toute éducation économique, arrive à inquiéter jusqu'aux agriculteurs eux-mêmes comme l'observe fort bien MM. H et J. Hitier, car ils arrivent à se rendre compte des répercussions qu'entraînent nécessairement les exagérations des cours actuellement pratiqués¹.

Depuis la guerre, beaucoup de personnes, étrangères au métier, s'interposent entre le producteur et le consommateur, grevant énergiquement le prix des marchandises. Cette multiplication anormale des intermédiaires avec ses conséquences, les pratiques mercantilistes et la spéculation, ne put s'édifier que grâce à ce manque d'éducation économique du consommateur.

Certes, l'Intendance militaire aurait parfois contribué à la hausse, en achetant sans examen suffisant, des marchandises à des prix dépassant les plus folles espérances du producteur, mais à nos yeux les fautes commises par l'administration ne diminuent en rien les responsabilités qui incombent au consommateur.

C'est à l'ignorance du consommateur, à son manque complet

1. MM. H. et J. Hitier. *L'Expansion Economique*, février 1919.

d'éducation économique surtout, qu'on doit l'extension des transactions clandestines, les ventes et achats en dehors des marchés. Cette extension faussa le jeu de l'offre et de la demande et provoqua pour une large part ces hausses anormales si peu justifiées. Mais la rupture d'équilibre entre la production et la consommation amena un accroissement inouï du nombre des commerçants et des intermédiaires. Grâce à l'ignorance et à l'inexpérience économique du consommateur ils purent faire une belle et facile carrière depuis la guerre. Et en effet, il n'était point besoin de connaissances spéciales pour vendre un produit quelconque. Il suffisait d'acheter, quel que fût le prix, on était sûr de revendre.

« Devant la simplicité de l'opération, une multitude de gens
« se sont improvisés marchands d'étoffes, de denrées, de fer
« etc. et ont réalisé parfois d'importantes fortunes, sans aucune
« compétence. Il est difficile de renoncer à un travail facile
« et rémunérateur ; les parasites nés de la guerre cherchent à
« conserver leur sinécure pendant la paix, sans autre consi-
« dération que leur intérêt particulier »¹.

Des exemples des plus édifiants furent donnés, aussi bien en ce qui concerne la multiplication hors proportion de ces intermédiaires parasites ou commerçants improvisés, que sur leur incompétence.

« Des pièces d'étoffe ont été rachetées par le premier vendeur après être successivement passées chez trois intermédiaires, qui n'ont même pas emmagasiné la marchandise, mais l'ont simplement réexpédiée, sans la faire décharger, après avoir prélevé leur bénéfice². »

1. Tessier, *op. cit.*, p. 514.

2. *Ibid.*, *passim*.

Dans la filature, le tissage, on a constaté également la même multiplication du nombre des intermédiaires, en même temps que leur esprit de lucre à un degré qui n'avait encore jamais été atteint. Les matières premières passaient parfois par sept ou huit mains avant d'arriver à l'industriel qui devait les transformer.

Le nombre de ces intermédiaires parasites grevèrent à tel point les prix à la consommation, qu'il résulta qu'une tonne d'anthracite qui aurait dû être cédée à 122 f. 50 fut vendue 380 f. et que le prix des 100 kilogrammes de savons silicatés mi-cuits a été porté de 155 à 400 francs.

On se rend ainsi compte que le prix de la chose vendue croit non seulement en raison de la multiplication des intermédiaires, mais aussi parce que chacun d'eux a prélevé un taux de commission, pourcentage de son prix d'achat, qu'il a entendu maintenir, au moins, au même niveau.

§ III. — LA PRESSE DONNE DES RENSEIGNEMENTS PLUS FRÉQUENTS SUR LES PRIX DE GROS ET LES PRIX DE DÉTAIL.

Conséquence de la guerre, ce phénomène de multiplication et de parasitisme économique a pu s'épanouir par la complaisance, par la timidité et l'ignorance évidente du consommateur. Dépourvu de toute éducation qui aurait fait de lui un adversaire craint dans les débats sur le marché, le sachant mal renseigné ou presque pas du tout, les marchands ne se firent point défaut d'en profiter. Mais cela ne pouvait tout de même continuer indéfiniment. Déjà l'opinion publique sous les coups répétés du mercantilisme rapace devait se réveiller. La presse

commence à publier les prix de gros et les prix de détail, un grand nombre d'enquêtes s'effectuent pour rechercher les causes de la vie chère, et les responsabilités des différentes catégories économiques. La lumière commence, peu à peu, à se faire, là où un mystère impénétrable semblait régner. Les pouvoirs publics, aussi bien que la grande presse ou les journaux régionaux font des efforts très méritoires pour renseigner de plus en plus le consommateur. On reconnaît que le non-affichage des prix eut une influence assez sensible sur l'élévation du coût de la vie. En effet, le non-affichage des prix a une répercussion immédiate et directe : il empêche les comparaisons, il met un grand nombre de timides ou de personnes non documentées dans l'impossibilité de choisir en n'osant ou ne pouvant discuter. Aussi, décide-t-on l'affichage des prix, complété d'après le désir des uns par l'affichage du poids ou de la mesure lorsqu'on en a la possibilité.

Des journaux de la grande presse de Paris suggérèrent même pour diminuer le nombre des intermédiaires, d'afficher sur les marchandises offertes pour la vente au public les différents prix : prix d'achat au fabricant, prix de vente en gros, prix chez le détaillant.

La presse s'efforce ainsi de documenter le consommateur, et lui donne de la sorte le moyen de discuter les prix, et d'empêcher que des cours hors de proportion et arbitraires s'établissent sur le marché à son détriment. Le comité technique du commerce indiquait dernièrement « que l'absence de publications régulières fournissant toutes les indications relatives « à l'activité et au fonctionnement des marchés avait été l'un « des éléments de la hausse des prix ». Certains commerçants insuffisamment documentés sur la production en France et à

l'étranger, ont fait des achats à des prix trop élevés ou ont achetés des quantités supérieures à la consommation ; le résultat final a été une élévation des prix payés par le consommateur. C'est l'ignorance qui a permis de répandre de faux bruits sur des crises de quantité, qui a entraîné en certains endroits la perte de denrées périssables d'une vente assurée dans des localités peu éloignées ¹. »

Ce comité considérait que la publication régulière de toutes les indications relatives à l'activité et au fonctionnement des marchés était d'une utilité primordiale. Il demandait que « soient « publiés *les cours côtés*, le volume des transactions (quantités « offertes et quantités demandées) l'importance *des stocks*, « toutes les *statistiques* permettant de connaître les besoins des « consommateurs, l'état des approvisionnements, le mouvement « des affaires ». Et en fait, au cours de l'année 1921, sous le coup d'une certaine campagne de presse annonciatrice d'une vague de baisse, le coût de la vie avait dans beaucoup d'endroits et pour un grand nombre de produits, réellement diminué. Si l'effort de la presse avait été organisé d'une manière plus sérieuse et préparé comme un mouvement de longue haleine, il n'aurait pas tardé à apporter des améliorations importantes dans l'existence du consommateur épuisé.

§ IV. — LE RÔLE DES SERVICES DE STATISTIQUES

Après avoir montré comment, sous l'influence de la guerre, l'éducation économique du consommateur devint une nécessité de premier ordre, après avoir mis en évidence les services

1. Tessier, *op. cit.*, p. 517.

rendus par la presse, il nous reste à développer le rôle des services de statistiques dans la protection du consommateur par lui-même. Les pouvoirs publics ne tardèrent pas à s'apercevoir de l'utilité de ces services dans le combat de la vie chère. Par le décret du 19 février 1920, le gouvernement instituait auprès du ministère du Travail, une « Commission centrale d'études relatives au coût de la vie » qui avait pour but « *de suivre au jour le jour le mouvement des cours, d'éclairer l'opinion sur ce mouvement, de lui fournir périodiquement des indications objectives.* »

Et M. Jourdain, ministre du travail, motivait son projet de décret en disant que : « L'une des causes de la persistance du déséquilibre dont souffrent tous ceux qui ont pris part à la guerre, réside en *effet dans l'ignorance où chacun se trouve de la valeur réelle des choses et dans l'exploitation de cette ignorance, par des intermédiaires trop nombreux, habitués à des bénéfices trop faciles.* »

Mais comme les prix et le coût de la vie varient dans des proportions assez sensibles suivant les régions, le même décret a prévu que des *commissions régionales* seraient constituées là où leur création serait nécessaire. On constitua vingt de ces commissions régionales, aidées dans leur tâche par trente et une Commissions départementales ou locales.

Il résulte, d'après les tableaux publiés par ces commissions, que les consommations familiales, ramenées à un même nombre d'unités consommatrices, sont notablement différentes d'une région à l'autre; les mouvements du coût de ces consommations, offrent néanmoins, une certaine analogie, mais les différences constatées d'une partie à l'autre de la même région, semblent au moins aussi accentuées

que les écarts entre les régions. Ainsi, l'utilité de ces publications et de ces enquêtes statistiques devait être très grande, aussi bien pour les consommateurs que pour les marchands, ou tous ceux faisant fonction d'approvisionneurs du public.

Dans le rapport général sur les travaux de la Commission Centrale et des Commissions régionales au cours de l'année 1920, présenté par M. Lucien March, on publie de nombreux tableaux où sont consignés une foule de renseignements et d'observations qui intéressent de très près la consommation et le consommateur de nos jours. L'alimentation absorbe partout plus de la moitié des dépenses totales, la proportion atteignant ou dépassant même 70 % dans certaines villes; cette proportion paraît être actuellement un peu plus élevée qu'avant la guerre, tandis que la part du loyer a notablement baissé.

La proportion de la dépense relative à l'habillement est le plus fréquemment comprise entre 15 et 20 %; elle descend toutefois au-dessous de 10 % dans quelques villes¹.

On arrive à se convaincre que le moyen le plus sûr d'éviter les abus imputables en fait, autant à l'ignorance et à l'inexpérience des consommateurs, qu'à la malice des vendeurs, c'est de renseigner les consommateurs, de les mettre à même de se rendre compte des conditions qui déterminent les prix. Et comme les prix des choses varient suivant les proportions relatives de l'offre et de la demande, il importe au plus haut point, de lui faire connaître aussi précis que possible des renseignements et des évaluations sur la production, sur les stocks et les besoins de la consommation.

1. Lucien March *Rapport général sur les travaux de la Commission Centrale d'études relatives au coût de la vie*, p. 5.

De toute manière, le consommateur est beaucoup moins armé que le courtier ou le négociant; souvent il lui est même impossible d'apprécier le véritable prix des choses. Sans doute, toutes les fois que la concurrence est parfaitement libre, celle-ci suffit à amener les prix au niveau le plus bas, mais cette liberté parfaite est un idéal qui n'est presque jamais atteint. De même que les négociants mal renseignés accumulent des stocks durant la hausse et accélèrent ainsi cette hausse d'une manière factice, de même, les consommateurs en période de baisse, exagèrent le mouvement en cessant tout achat et restreignant leurs besoins. Ainsi les mouvements de hausse et de baisse prennent une amplitude excessive en raison de l'ignorance tant des vendeurs que des acheteurs.

Les services de statistiques, les commissions dont nous parlions plus haut, sont justement appelés à dissiper cette ignorance réciproque par le développement méthodique des investigations, recherches et informations, qu'ils doivent publier périodiquement. Si la liberté dit M. L. March est le meilleur instrument de progrès, la publicité est peut-être la meilleure défense contre les abus de la liberté et nous ajoutons la protection la plus efficace du consommateur, car, de tout temps, la liberté des individus se trouve fortifiée par une meilleure connaissance des choses. Dans le même ordre d'idées et comme un complément heureux des Commissions, créées par le décret du 19 février 1920, est intervenu le « décret du 31 janvier 1922, « ayant pour objet la constatation des prix des denrées alimentaires à la production et à la consommation. »

Dans son rapport au Président de la République, M. Chéron, ministre de l'Agriculture, constate que l'écart « souvent considérable qui se manifeste entre les prix à la production et

les prix de vente au détail des diverses denrées, motive de légitimes réclamations de la part des consommateurs¹ ».

Quoique les relevés périodiques du prix des denrées et en particulier des denrées alimentaires sur les marchés, connus sous le nom de « mercuriales » ont fait l'objet de prescriptions qui remontent à plusieurs siècles, il convient qu'en fait ces relevés sont recueillis dans les conditions les plus défectueuses. Et puis, ils ne sont publiés que longtemps après la constatation des faits, ce qui enlève beaucoup de leur utilité.

Le ministre espère « que la comparaison qui sera ainsi faite « entre les prix pratiqués dans les diverses régions de la France, « permettra au consommateur mieux informé de se défendre « contre les abus ». D'autre part, en relevant les écarts excessifs dus à des spéculations illicites, l'autorité sera mieux armée pour en poursuivre la répression.

Le décret qui suit le rapport prescrit que tous les dix jours, dans chaque département, le préfet constate les cours à la production des animaux et produits agricoles suivants :

Bœufs, vaches, taureaux, veaux, moutons, agneaux (prix du kilogramme, poids vifs, en distinguant trois qualités); porcs, poulets vivants, canards vivants, oies vivantes, lapins vivants, (prix du kilogramme); lait (prix payé le litre par les ramasseurs); beurre (prix du kilo); œufs (prix de la douzaine).

La constatation des cours est faite dans les principaux marchés et foires du département fixés par le préfet, par le vétérinaire départemental et par le vétérinaire chargé de l'inspection sanitaire du marché.

Le lendemain de leur constatation, les cours ainsi recuei-

lis sont adressés au préfet qui établit tous les dix jours, la moyenne des prix qui, pour chaque produit et pour chaque qualité, ont été pratiqués au cours de la décade envisagée sur les divers marchés du département.

De la même manière, suivant les mêmes prescriptions, le préfet constatera les cours chez les détaillants, des mêmes denrées, afin de déterminer l'ensemble du coût de la vie dans son département. Dans son titre III, le décret règle enfin la question de la centralisation au ministre de l'Agriculture, des constatations comparatives ainsi faites par les préfets et prescrit la publication périodique des renseignements obtenus, publication destinée à servir de base à la constatation des écarts entre les prix à la production et les prix à la consommation.

Enfin dans une circulaire adressée aux préfets, le ministre de l'Agriculture revient sur l'importance que les pouvoirs publics attachent au décret du 31 janvier 1922, dans le combat de la vie chère, et la défense du consommateur. Il ajoute également : « Je dois attirer de façon toute spéciale, votre attention sur l'utilité d'assurer dans notre département la plus « large publicité possible aux informations que vous allez recueillir en application de la présente circulaire ¹ ».

Ainsi nous avons pu constater des faits exposés dans les pages ci-dessus, que la protection du consommateur par lui-même n'est point irréalisable. Au contraire, l'excès même du mal devait enfanter les moyens pour le combattre. Nous croyons que parmi ces moyens, l'éducation constante du

1. Circulaire du 12 février 1922. *Journal Officiel*, 1922, p. 1797.

consommateur et la publicité la plus large sont ceux qui assurent vraiment l'intérêt du consommateur.

D'ailleurs, à l'heure qu'il est, l'opinion publique elle-même commence à s'en rendre compte et nous en voyons justement la preuve dans les mesures récentes prises par le gouvernement et dont nous avons analysé rapidement le contenu.

CHAPITRE II

La Protection du Consommateur avec le Concours du groupe et de l'association.

§ I. — LA COOPÉRATIVE DE CONSOMMATION ÉTUDIÉE DANS SES DIRECTIVES GÉNÉRALES.

Si la dernière guerre a attiré à juste titre toute l'attention sur le chapitre de la consommation, elle a mis également en pleine lumière les moyens les plus sûrs pour la défense du consommateur. Un de ces moyens, peut-être le meilleur de tous, c'est en effet la coopérative de consommation. Comment cette modeste institution, « pauvre petite graminée dans la « flore économique », comme l'appelle si poétiquement M. Gide ¹, est arrivée un des meilleurs instruments de libération pour les consommateurs, c'est bien là un merveilleux aspect de l'économie moderne.

La longue période de déséquilibre économique que nous avons vécue pendant la guerre, et depuis la paix, hélas ! devait surtout contribuer à mettre en évidence les avantages de la coopérative de consommation. Mais avant de passer à l'ana-

1. *Sociétés Coopératives de Consommation*, L. Tenin, 1917; Paris, Avant propos, p. 21.

lyse des améliorations très importantes que, la coopérative de consommation devait apporter dans l'existence du consommateur moderne, tâchons de voir ce qu'est une coopérative de consommation, ce qu'elle veut, ses méthodes de lutte, et les résultats qu'elle espère. L'examen des dernières statistiques nous apprendra en outre à distinguer, d'une façon précise, la part de bien-être et de puissance économique qu'elle offre au consommateur de nos jours.

La coopérative de consommation est une association de consommateurs qui a pour but la satisfaction avantageuse de leurs besoins, par des moyens collectifs. Elle est avant tout un organe de répartition des richesses et à ce propos, l'expression anglaise de « *distributive society* », nous semble beaucoup plus correcte et plus topique que l'expression française consacrée par un langage défectueux.

Combattue par les économistes, considérée longtemps par les partis avancés comme une institution d'avilissement des salaires de la classe ouvrière, institution de compromis social aux gages de la bourgeoisie capitaliste, dédaignée et méconnue par les hommes de gouvernement protecteurs naturels et intéressés des producteurs, la coopérative de consommation aurait du succomber devant ce monde d'intérêts coalisés. Loin de là, elle ne tarda point de se répandre à travers le monde, portant dans ses flancs les germes d'une véritable révolution économique. L'humble société créée par les 28 tisserands de Rochdale, devait être la première manifestation d'un mouvement libératoire universel. En effet, en moins de 3/4 de siècle, les coopératives de consommation arrivaient au nombre de 30.000 avec 10 millions de coopérateurs ce qui

représente une population de 40 à 45 millions de personnes, et avec un chiffre de vente de près de 5 milliards de francs ¹.

Ainsi la coopérative de consommation nous apparaît comme une force économique de tout premier ordre, et comme une institution sociale des plus prospères de l'économie moderne.

Les adeptes de la coopérative de consommation, n'ont pas cessé de voir en elle une solution à la question sociale et qui, en vertu de ses propres lois de développement, devra aboutir à la création d'un monde nouveau, d'une société économique nouvelle.

Nous verrons plus loin ce qu'il faut penser de ces espoirs plus ou moins réalisables ; pour le moment, bornons-nous à la stricte analyse du concept de la coopérative de consommation énoncé plus haut. Nous avons dit que la coopérative de consommation doit satisfaire les besoins des consommateurs, par des moyens collectifs, et d'une manière plus avantageuse. Quel est le mécanisme économique par lequel elle arrive au but assigné ? Ce mécanisme n'est autre que l'association.

Le consommateur se fait ainsi son propre fournisseur, marchand de détail, marchand de gros et dans une phase plus avancée du coopératisme, son propre fabricant, son propre producteur. Nous voyons là tout un travail de lente élimination, un travail d'intégration qui est un retour vers l'économie domestique de l'antiquité et du Moyen-Age.

1. Gide, *Les coopératives de consommation*, p. 42-43. Le chiffre des ventes donné par M. Gide, d'après les statistiques de 1914, étant donné la hausse des prix survenue depuis la guerre, doit être porté au moins à 20 milliards. L'augmentation du coût de la vie dans presque tous les pays du monde a suivi dans la proportion de 1 à 4 en moyenne depuis 1914. Le même chiffre est donné par M. Poisson dans sa *République coopérative*, p. 24.

Aux économistes qui voient là la méconnaissance de l'un des grands facteurs de notre civilisation, à savoir la division du travail, M. Gide ne s'embarrasse point de leur répondre, « qu'une reviviscence n'est pas une rétrogradation » car, ce n'est pas seulement en littérature, mais aussi en économie politique qu'on voit souvent des idées nouvelles reparaître sous des formes antiques ¹.

La coopérative de consommation raccourcit le chemin entre le producteur et le consommateur, en éliminant toutes les personnes interposées qui, sans rien ajouter au produit échangé, se font largement payer par l'acheteur. La coopérative de consommation n'arrive à la destruction de ce parasitisme social que, par la suppression du profit. Sortie du régime économique actuel la coopérative de consommation, pour combattre ses méfaits, pour le guérir de ses vices, doit livrer le combat sur son propre terrain, *celui de la liberté*, avec ses propres armes, la *concurrence*. En effet, elle s'implante au sein de la Société mercantile, pour offrir à ses membres des marchandises meilleures et à des prix plus bas. Le consommateur arrive à bénéficier d'un supplément *de qualité* (aliments plus nutritifs, vêtements ou autres objets plus durables) et aussi d'un supplément de quantité, par le juste poids.

Dans le rapport de la Commission d'enquête sur les marchés, sur les prix dans l'Etat de New-York au cours du mois d'août 1912, on trouve des données et des chiffres des plus probants sur les falsifications coutumières du commerce et que la coopérative de consommation est justement appelée de supprimer.

1. Gide; La Consommation. *Revue de Métaphysique et de Morale*, mai-juin 1921, p. 240.

Il est dit que, la valeur des marchandises livrées est diminuée de 10 à 20 % par la quantité d'eau ajoutée et que, le poids des aliments et denrées en paquets est usuellement réduit de 10 onces jusqu'à 12 onces par prétendue livre ¹.

La coopérative de consommation n'apporte pas ainsi seulement le meilleur marché, elle apporte également la meilleure qualité, un esprit de justice et d'honnêteté dans les échanges. Elle est ainsi une institution de moralité publique et d'éducation sociale par excellence. Surtout elle est appelée à combattre l'exploitation du consommateur pauvre, dénué d'un pouvoir d'achat important et régulier, qui est condamné à acheter toujours par petites fractions des marchandises de la dernière qualité et à des prix vraiment usuraires.

C'est donc par la libre concurrence que la coopérative espère supprimer le marchand coûteux, l'intermédiaire parasite, et avec eux le profit, source de l'immoralité du régime actuel, et fondement même de l'économie capitaliste moderne.

Organe de distribution avant tout, la coopérative de consommation est une réaction contre l'organisation coûteuse et vicieuse du système actuel. Elle a l'ambition de faire mieux, plus économiquement et plus honnêtement que le commerce de détail, dont le rendement médiocre ne saurait la contenter et dont les actes de déloyauté sont une perpétuelle menace

1. The use of packages and canned goods leads to consideration of the necessity of protecting the public as to the purity quality, and weight of the goods sold. Under the sanction of a state Law, the amount of water in canned goods may make a difference of 10 to 20 per cent in their value. The weight of foods in a package is usually reduced so that 10 ounces or 12 ounces is given for an alleged pound. We believe, although we have made no special study of the subject, that there are grounds to consider that the weights and measures both of farmers grocers, and butchers are not always above suspicion. The Osborne Commission, cité par Harris. *Coopération The hope of the consumer*. New-York, 1919, p. 36-37.

pour le consommateur désorganisé. Un seul exemple, que nous citons d'après M. Harris, suffira à montrer combien coûteux est le régime actuel de la distribution des richesses.

C'est un tableau comparatif de la distribution du lait dans une ville moyenne d'Amérique, Rochester, et d'où ressort éloquentement les économies réalisées par le système coopératif en regard de l'actuel système de distribution.

Le coût de la distribution du lait à Rochester

Le système actuel	Le système modèle
356 hommes et très souvent leurs familles.	90 hommes.
380 chevaux.	80 chevaux.
305 fourgons.	25 camions à cheval.
2. 609 kilomètres de route	300 kilomètres.
76.600 dollars investis dans l'installation des bâtiments	40.000 dollars pour matériel.
108.000 dollars investis chevaux et fourgons.	30.000 dollars pour chevaux et camions.
2.000 dollars le coût quotidien de la distribution.	600 dollars le coût de distribution chaque jour.
720.000 dollars le coût annuel de la distribution.	200.000 dollars le coût annuel de la distribution.

Et il faut noter que c'est un article alimentaire qui, par sa nature même, n'est pas susceptible de passer par les mains d'un très grand nombre d'intermédiaires. Mais que penser alors des économies réalisables sur d'autres articles et départements du commerce de détail?

La coopérative de consommation protège les intérêts du consommateur par le mécanisme de la vente qui peut être de deux sortes; soit la vente au prix de revient, soit la vente au prix courant et la ristourne du trop perçu.

Par le premier mode, le consommateur coopératiste achète moins cher et il réalise alors immédiatement son gain sur chaque produit acheté à la société coopérative. C'est un mode de vente qui n'est point recommandé par la vraie doctrine coopératiste, car il éparpille les avantages réalisés et rend médiocre et l'épargne et la force éducatrice que doit contenir la pratique du coopératisme.

Au contraire, par la vente aux *prix courants* pratiqués par le commerce de détail de la localité, la coopérative de consommation, tout en luttant contre les marchands, arrive à réaliser des bénéfices qu'elle distribue en fin d'année à ses membres.

La répartition de ces bénéfices se fera sous la forme de ristournes payées aux membres de la coopérative, au prorata de leurs achats et non de dividendes distribués aux actions. Le capital actions ne touche qu'un intérêt fixe qui entre dans les frais généraux.

Quel est en somme l'avantage de ce second mode de vente ? C'est précisément celui de constituer aux coopérateurs une épargne automatique, formée par la masse de leurs achats au cours de l'année écoulée, qui sera de nature à impressionner davantage le consommateur et sera l'élément fondamental à l'entretien de la foi coopératiste. Pour M. Truchy, ce système de vente aurait un autre mérite encore, celui « de ne pas exaspérer le commerce de détail ¹ », mérite que nous ne croyons pas être très apprécié par les fidèles de la coopérative, car somme toute, la victime désignée de ce mouvement ne peut être personne d'autre que ce petit commerce de détail, faussaire, routinier et parasitaire, qui grève de toute la masse de ses profits les prix payés par le consommateur.

1. Truchy, Cours d'Economie politique, t. I p. 265. Paris 1919.

Il faut ajouter que la doctrine coopératiste recommande aux sociétés de ne pas distribuer en ristournes tous les bénéfices acquis, ce qui serait méconnaître tout à fait l'idéal de cette école et transformer le consommateur coopératiste en simple chasseur de profits commerciaux, en chasseur de bonis. Non, une partie de ces bénéfices sera affectée à des œuvres sociales, d'éducation, d'instruction, de prévoyance ou de propagande.

En un mot la coopérative de consommation par ses méthodes de vente est l'instrument le plus sûr pour le rétablissement du juste prix. Nous avons eu l'occasion d'analyser dans une autre partie de cette étude le concept du juste prix, tel qu'il est apparu dans la doctrine des canonistes.

Le juste prix établi sur le marché par la coopérative de consommation est d'une toute autre essence. Il est débarrassé de l'influence religieuse qui dominait ce concept dans la société médiévale. Il correspond au prix de revient, plus une majoration moyenne égale aux frais généraux ; loyer, contributions, salaires, comptabilité, amortissement, rémunération du capital.

La coopérative de consommation, vouée à la vente au juste prix devient « l'organe naturel de régularisation des prix, » « l'étalon du marché », c'est le témoin toujours présent de ce qui devrait être le prix de tout le monde, la coopérative tout à la fois vend au prix normal que doit vendre le commerce privé, et elle oblige ainsi le commerce privé à vendre à son propre prix¹.

Et c'est un point essentiel qui mérite d'être mis en pleine lumière, car il nous prouve combien sont nombreuses les

1. Ernest Poisson. *La République coopérative*, 2^e édit. B. Grasset, Paris 1920. p. 40.

répercussions de toute action collective au sein de l'économie moderne.

En groupant un faisceau de consommateurs dans un endroit quelconque, la coopérative contribue à la fixation des cours, à l'établissement d'un juste prix, non pas uniquement pour ses membres, mais bien pour tous les autres consommateurs, pour les indifférents comme pour les adversaires, car le commerce privé doit abaisser ses prix au même niveau, et se contenter ainsi d'un bénéfice normal et raisonnable. Ainsi la coopérative de consommation, œuvre volontaire, due à l'initiative privée, sert l'intérêt général, devient véritablement institution publique.

Dans le régime économique actuel, toutes les institutions fonctionnent en vue du marché: on produit pour vendre, le profit est la loi suprême.

La coopérative de consommation vient d'opposer ces deux opérations vendre et distribuer, qui ont pour elle un sens diamétralement différent. Au moteur habituel qui est la course aux plus grands profits, elle oppose un autre ressort économique, l'intérêt du consommateur.

Elle remplace la vente, ou la chasse au revenu sans travail, par la distribution loyale et peu coûteuse. Par là même, la coopérative de consommation rend au travail productif et créateur, de milliers de bras, de milliers de cerveaux, elle réveille des énergies fécondes, elle assainit un milieu économique trop encombré d'éléments parasites.

Mais en vertu des lois qui président à son évolution naturelle, la coopérative de consommation, pour assurer mieux encore la défense du consommateur, devait franchir une étape de plus, vers des coopératives de second degré et qui sont les magasins

de gros ou « *Wholesales* ». Si le marchand de détail est voué à la disparition pour être remplacé par la coopérative de consommation, c'est au magasin de gros qu'incombe le devoir de supprimer le marchand de gros et la marge des profits qu'il prélève. Et c'est un pas de plus franchi par le coopératisme dans le procès d'intégration totale, au bout de laquelle le consommateur se trouve être son propre marchand, intermédiaire et producteur.

Une fois cette dernière étape franchie, le consommateur aura eu raison de toutes les oppressions, entraves et embûches semées sur son chemin par l'économie moderne de l'échange. Il sera devenu libre, maître de ses propres destinées.

La coopérative de consommation semble la seule solution du problème si difficile de la distribution. Edison constate quelque part que le prix de vente devient chaque jour outrageusement élevé « *outrageously high* » et que le prix d'achat devient est souvent bien petit en comparaison. Et il se demande à juste titre, pourquoi le génie humain ne se préoccupe pas davantage de ce problème fondamental qu'est la distribution des richesses ? En Amérique, surtout, la question semble gagner du terrain, en même temps que le pays voit éclore un mouvement coopératiste des plus prometteurs. C'est à ce propos que le coopératiste éminent qu'est M. Harris, vient d'analyser le montant des dépenses faites annuellement par le peuple américain et la marge énorme de bénéfices touchée par le commerce de détail.

Sur une dépense de 20 milliards dollars, plus de 5 milliards sont touchés par les détaillants¹. Même dans le pays le plus

1. Considering the expenses, profits, and charges for freight cartage, brokerage commissions, wholesalers'jobbers and retailers profits, it is probably not

réfractaire au mouvement coopératiste on commence à s'émouvoir de ces profits scandaleux; on veut la suppression de « *l'expensive middleman* », on veut mettre de l'ordre dans le chaos de la distribution par la coopérative de consommation la seule planche de salut de l'acheteur.

Tôt ou tard les grandes masses consommatrices devront se rendre compte de ce que la coopérative de consommation contient de vrai et d'utile. D'ailleurs, il y a dans cette idée une force d'expansion, d'extensibilité considérable, et qui se traduit tant par le nombre de personnes qui deviennent sociétaires, que par le nombre de besoins auxquels on satisfait. Avec chaque nouveau sociétaire, c'est une nouvelle force de consommation qui s'ajoute à celle des autres, et c'est autant de gagné, les frais généraux restant toujours les mêmes.

A l'heure actuelle, le mouvement qui entraîne les coopératives à être de plus en plus ouvertes à tout le monde, à ne plus distinguer entre les sociétaires et les consommateurs non-adhérents, se fait très puissant.

La notion du devoir envers les autres consommateurs sort presque de leur intérêt, tellement l'intérêt des coopératistes se confond avec l'intérêt de tous les consommateurs, avec l'intérêt général.

far wrong to estimate that one half of the retail price goes for distribution, roughly in the following proportions :

	Amount	%
Producers, farmers, manufacturers, dollars	10.000.000.000	50
Railroads, toukmen, bookers, commission merchants	3.000.000.000	15
Wholesale jobbers.....	2.000.000.000	10
Retailers	5.000.000.000	25
	20.000.000.000	100

Harris *op. cit.* p. 40.

Certes, cette vente au public pratiquée particulièrement par les coopératives françaises aurait pu transformer les coopérateurs en marchands, car leurs bénéfices auraient pu s'augmenter de toute la quantité de trop perçus sur les acheteurs non sociétaires. Pour parer à cet inconvénient et pour ne pas laisser altérer les principes du coopératisme, les coopératives de consommation ont décidé que les bénéfices de la vente au public iraient à des œuvres de solidarité où le sociétaire ne pourrait escompter le seul bénéfice pour lui.

Nous parlions plus haut de cette force d'extensibilité qu'on trouve dans la copoérative de consommation et qui ne se manifeste pas seulement par des nouvelles recrues ou par la vente au public, mais surtout par la multiplication des opérations et de branches d'affaires destinées à la satisfaction des besoins des consommateurs. Le premier effort commencé dans le département de l'alimentation, boulangerie, épicerie, boucherie, est poursuivi dans le département des objets ménagers, puis dans l'habillement et dans la chaussure dans la mercerie, brasserie, jusqu'à la pharmacie et typographie. Ainsi la tendance à l'intégration et à la satisfaction de toutes les activités par la coopérative de consommation toute seule, devient la règle générale.

Les avantages obtenus par les coopérateurs du fait de leur association, doivent conduire de même les coopératives vers la fédéralisation, vers la coordination de leurs efforts et ainsi, nous voyons naître la coopérative de deuxième degré, dirigée d'après les mêmes règles, poursuivant le même but. C'est le magasin de gros qui conduit le coopératisme du domaine de la consommation dans le domaine de la production. Il sert ainsi de trait d'union, de passage entre deux économies jusque

là étrangères et antagonistes. Le magasin de gros, tel qu'il est organisé en Angleterre, n'aspire pas seulement à supprimer le profit du marchand de gros, mais également celui de l'entrepreneur industriel et du producteur agricole, en fabricant dans ses propres usines, cultivant dans ses propres fermes, transportant par ses propres bateaux. En effet, dans la « *Wholesale* » anglaise, sur une vente de 1 milliard 630 millions de francs au cours de l'année 1919, plus de 449 millions de francs de vente provenait de sa propre production.

« Si nous prenons les chiffres de la *Wholesale* écossaise, qui a cependant un moindre champ d'action, le même phénomène se renouvelle sur une même échelle : 487 millions d'affaires et 150 millions de production ¹ ».

Les coopératistes voient là, la preuve indéniable qu'un jour la totale consommation coopérative sera suivie de son pendant naturel et nécessaire, la totale production coopérative. C'est pour hâter la fin de ce processus, pour fermer le circuit économique, que les coopératistes ont salué l'organisation du crédit coopératif. La coopérative de consommation entrée dans le domaine de la production, devient aussi son propre banquier, elle possède alors les capitaux nécessaires à son œuvre de libération intégrale.

Après avoir analysé la notion de la coopérative de consommation, et mis en lumière les principes de défense et de salut qu'elle contient pour le consommateur de l'économie moderne, après avoir esquissé les grandes lignes de son évolution et les ambitions qu'elle nourrit, nous devons maintenant passer à l'examen des chiffres recueillis par les dernières statistiques et apprécier les améliorations apportées.

1. Ernest Poisson, *op. cit.*, p. 60-61.

La coopérative de consommation, à partir du moment où elle groupe un nombre de consommateurs suffisant pour alimenter ses magasins de répartition en quantité importante de produits, peut aboutir assez rapidement à la suppression du profit illicite non plus seulement du commerçant de détail, mais aussi du commerçant de gros; à partir de ce moment elle peut envisager sans témérité l'organisation de la production des objets qui lui sont nécessaires. Les coopératives de consommation peuvent alors, exercer sur le domaine même de la production, le contrôle que les consommateurs sont en droit d'exercer et échapper ainsi à la volonté absolue des producteurs isolés ou groupés.

Le bouleversement mondial a donné un grand essor à la coopérative de consommation ainsi qu'en témoignent les chiffres donnés par l'*Annuaire de la Coopération*.

	Sociétés adhérentes à la Fédération nationale		Sociétés non adhérentes		Ensemble des Sociétés	
	1918	1913	1918	1913	1918	1913
Nombre total des						
Sociétés	1.726	894	1.998	2.367	3.724	3.261
Nombre d'adhérents	742.500	254.200	570.500	610.800	1.313.000	865.000
Chif. d'affaires						
(milliers de fr.).	433.800	108	202.900	209.600	636.700	317.600

Mais il faut observer que cette statistique n'est qu'approximative. Les chiffres de 1913 s'appliquent à toute la France, tandis qu'il manque à la dernière enquête six départements du Nord qui groupaient en 1913, 688 sociétés dont 635 accusaient 275.000 membres et plus de 107 millions de francs d'affaires. La progression du chiffre d'affaires apparaîtra peut-être faible si on l'examine en tenant compte de l'augmentation du nombre des adhérents et de la hausse générale des prix, mais

il faut noter que, le rationnement de certains produits et les difficultés d'approvisionnement, ont entravé dans une grande mesure le développement des opérations.

D'après les chiffres ci-dessus, l'effectif moyen des membres par société pour les sociétés adhérentes à la Fédération nationale, s'est élevé de 315 à 612, pour les autres de 280 à 477. Beaucoup de petites sociétés ont été absorbées par des sociétés régionales qui créent des succursales dans leur rayon d'action. La Fédération Nationale, dont la création remonte à la veille de la guerre, a fait de remarquables progrès depuis. En 1919 le nombre des sociétés adhérentes à la Fédération Nationale montait à 2.163, donc avec 437 de plus que l'année précédente. Et le mouvement ascensionnel ne fait que continuer, car à la date du 30 juin 1920, 118 sociétés nouvelles avisaient la Fédération de leur fusion avec des sociétés de développement. Sous l'influence de la Fédération Nationale, beaucoup de sociétés coopératives de consommation se groupent en puissantes sociétés de développement. A la date du 30 juin existaient déjà 44 sociétés semblables et qui avaient réalisé dans l'exercice financier 1919-1920 un chiffre d'affaires de 358 millions de francs.

En même temps, l'organisme central commercial des coopératives, le magasin de gros, malgré l'insuffisance relative de ses disponibilités financières a augmenté considérablement son chiffre d'affaires, qui s'est élevé à 152 millions de francs en 1919-1920 au lieu de 78 millions 1/2 de francs en 1918-1919 et 10 millions 1/2 en 1912-1913.

Quoique l'influence des coopératives de consommation sur le coût de la vie soit assez difficile à apprécier par chiffres, on a dressé un tableau où figurent un certain nombre de villes

avec les prix comparatifs chez les coopératives et les commerçants de détail indiqués par les maires. Les résultats de cette comparaison pour les prix et quelques denrées pendant le dernier trimestre de 1919 dans 25 villes de plus de 10.000 habitants et que nous avons extrait du rapport de M. Gaston Levy, au nom du Comité de statistique au cours de l'année 1920, sont les suivants ¹ :

	Prix de vente au détail	
	Par les coopératives	Par les commerçants
Beurrele kilo..	15.65	15.35
Œufsla douz. ..	7.38	8.44
Fromage de gruyère ..le kilo	12.67	12.35
Pommes de terre —	0.45	0.52
Haricots —	2.09	2.40
Sucre —	2.17	2.18
Huile comestible —	6.26	6.45
Pétrolele litre	0.80	0.82
Alcool à brûler —	2.13	2.26
Vin rouge —	1.55	1.74

La différence en faveur des coopératives est surtout appréciable pour le vin, les pommes de terre et les légumes secs. Pour les autres denrées, les écarts sont moins sensibles ; mais il ne faut pas oublier que les membres des coopératives bénéficient d'une ristourne, qui vient accroître l'économie réalisée en achetant aux sociétés au lieu d'acheter chez les détaillants.

Il reste indéniable que la coopérative de consommation fut depuis la guerre, surtout, d'un grand soutien pour les acheteurs de toutes catégories. Déjà, par la hausse des prix hors de toute mesure, par la difficulté que les salaires ont toujours à tenir le pas à cette course échevelée, les cadres du coopératisme augmentent chaque jour de nouvelles recrues. Surtout les

1. Rapport cit. p. 606.

fonctionnaires et employés, rentiers et retraités, obligés de vivre de revenus presque stationnaires, sont ceux qui cherchent dans la coopérative de consommation un refuge, un îlot de sauvetage, dans cette mer en tempête qu'est la société d'après guerre.

Mais si le mouvement coopératif a fait des progrès en France depuis 1914, il est cependant loin d'atteindre encore l'ampleur qu'il a acquise dans certains pays étrangers.

Pour l'Angleterre, par exemple, on appréciera d'après les chiffres ci-dessous le développement des sociétés coopératives de consommation :

	1918	1913
	—	—
Nombre de sociétés.....	1.364	1.382
Nombre d'adhérents (milliers)	3.847	2.880
Chif. d'affaires (millions de fr.)	3.880	2.109

Ainsi, en 1918 pour 1.264 sociétés seulement, le nombre des membres atteignait près de 4 millions et le chiffre d'affaires près de 4 milliards de francs. De 1913 à 1918 le nombre des sociétés a diminué légèrement mais l'effectif s'est accru d'un tiers et le chiffre d'affaires a augmenté de 85 %.

Dans d'autres pays, comme l'Allemagne, la Suisse, les Pays Scandinaves, les difficultés de l'existence ont également renforcé les organisations coopératives. D'une manière générale, les statistiques font apparaître un accroissement de l'effectif moyen des sociétés.

Celles-ci, pour jouer un rôle efficace, doivent adopter des méthodes commerciales modernes; elles ne peuvent le faire que si elles représentent des groupements d'une certaine puissance; aussi les très petites sociétés tendent à disparaître.

En France, non seulement les sociétés coopératives se sont développées au point de vue de leur chiffre d'affaires, et du nombre de leurs sociétaires, mais elles ont abordé des branches nouvelles, telles que la boucherie ou les restaurants, qui avaient été jusque-là très peu développés et leur effort surtout a porté sur les usines de production créées spécialement pour leur propres besoins. C'est ainsi que pour le magasin de gros des coopératives, la production annuelle qui était de 926.000 francs, en 1914, s'est élevée à plus de 14 millions en 1919-1920¹. En Angleterre, où le mouvement est à la fois plus ancien et plus développé, c'est maintenant presque uniquement vers le domaine de la production que les efforts des organismes de gros sont dirigés et les *Wholesale societies* » ont entrepris dans ces dernières années, les productions les plus diverses, allant jusqu'à l'extraction de la houille par l'acquisition des mines.

Enfin les organisations coopératives tendent également à devenir de plus en plus — et cela dans tous les pays — leur propre banquier. Les dépôts à vue et à terme effectués par les coopérateurs au Magasin de Gros des Coopératives de France, dépassaient au 31 mai 1920 13 millions de francs.

De l'examen des chiffres précédemment cités, nous nous sommes efforcés de distinguer la part de réalisations en faveur du consommateur, d'améliorations, autant que l'interprétation statistique pourrait le permettre.

Nous croyons pour notre part, que le coopératisme de consommation a montré pendant la guerre une force et une vivacité qui permettent les espoirs les plus profonds, aussi

1. Jean Boulanger. *Les Coopératives de Consommation de France, pendant la guerre, 1914-1918*. Thèse Faculté de Lille. 1920.

bien en France qu'à l'étranger. Nous croyons aussi que les services qu'il a rendus aux consommateurs, tant organisés qu'abstentionnistes, furent des plus notables. Et si nous avons une très grande foi dans ses forces d'expansion et d'amélioration économique et sociale nous avons du mal à croire qu'à lui seul, le coopératisme de consommation, ou même le coopératisme intégral, pourrait changer la face du monde, révolutionner la société actuelle d'échange. Certes, tout idéalisme inspire d'éloquents appels et de merveilleux dévouements, et celui des Equitables Pionniers de Rochdale, peut-être, davantage que tout autre; mais il faut reconnaître que sur la route du coopératisme de nombreux obstacles s'interposent, des difficultés surgissent. Et souvent ces vilaines réalités ont eu raison des plus nobles aspirations de l'homme, souvent elles écrasèrent de tout leur poids, les plus généreuses constructions de son altruisme. En tout cas, si le vaste et séduisant programme tracé par les coopératistes n'est pas encore près d'être réalisé, il n'en reste pas moins, que du point de vue spécial qui nous intéresse, la coopérative de consommation est d'une importance fondamentale pour l'acheteur moderne. Par son intervention une partie des vices du système mercantile, vices qui empoisonnent l'existence du consommateur, et qui jettent dans l'incertitude, la gêne, ou l'affreuse souffrance, de centaines de milliers de ménages et de braves gens, devront disparaître.

En même temps le difficile et négligé problème de la distribution trouve par elle la solution la plus équitable, la plus économique à tous points de vue.

Mais surtout la coopérative mérite toute l'attention et toute la reconnaissance du consommateur, par le courant de

moralité, de loyalisme, de franchise et d'honnêteté qu'elle apporte dans l'atmosphère souvent viciée de l'échange. Se bornant seulement à cela, nous croyons que son rôle est déjà considérable et que le consommateur y trouve l'instrument le plus fidèle pour la défense de ses intérêts.

§ II. — LES LIGNES SOCIALES D'ACHETEURS

Définition. — Historique. — Point de départ doctrinal. —

L'action éducatrice sur les consommateurs. — Buts assignés.

L'évolution des lignes sociales d'acheteurs pendant et depuis la guerre. — Réalisations en faveur du consommateur. Examen critique.

Les lignes sociales d'acheteurs sont des associations volontaires qui instruites du mal social en général, des conditions déplorables dans lesquelles s'effectue le travail, suscitent dans la masse des consommateurs, le sentiment de responsabilité, de puissance et de devoir, et indiquent les remèdes nécessaires.

En un mot, elles proclament les devoirs sociaux du consommateur, et veulent transformer sa fonction économique en fonction sociale. Ce fut à New-York, vers 1890, que naquit la première « *Consumers League* » ayant comme but principal de remédier à la situation misérable du monde des employés et vendeuses des Magasins d'habillement, des ateliers de couture. En même temps, elle dénonçait le consommateur ignorant, insouciant, affamé de bon marché et totalement dépourvu d'éducation économique, comme l'auteur véritablement responsable des conditions défectueuses du travail.

L'enquête de « *Working Womens' Society* » de New-York, déclancha peu de temps après, tout un mouvement qui, généralisé dans le plupart des Etats de la Confédération américaine, se répandit par la suite, en France, en Allemagne, Suisse et Angleterre. Considérant que le consommateur est le plus souvent ignorant et inconscient du mal qu'il cause réellement, comme du bien qu'il pourrait faire, par l'emploi de sa force d'achat, les ligues se sont données comme tâche de faire l'éducation du consommateur, d'agir sur les patrons pour améliorer les conditions du travail, d'intervenir auprès des autorités publiques, pour provoquer des réformes et empêcher des abus. Les ligues sociales d'acheteurs se sont efforcées de mettre en lumière surtout ce fait, à savoir : que l'acte d'acheter qui pourrait sembler au premier abord, un acte fort simple et tout personnel est au contraire des plus complexes et il peut exercer les influences les plus puissantes tant en bien qu'en mal.

Pour éclairer les acheteurs et afin qu'ils deviennent conscients et utiles par leurs commandes, on va recourir à l'usage des « *listes blanches* » qui comprennent les « bonnes maisons », c'est-à-dire les maisons qui se conformant aux principes exprimés par les ligues, ont amélioré les conditions de travail de leurs ouvriers et méritent donc par là-même, l'encouragement des acheteurs. Le même moyen sera employé en ce qui concerne les fabriques, moyen connu sous le nom de « *label* ». Les ligues sociales pensent arriver ainsi, à assurer l'égalité des conditions dans lesquelles les produits doivent être fabriqués et tuer la concurrence des industriels ou fabricants peu scrupuleux qui emploient le « *sweating system* ».

Les ligues sociales prennent nettement position contre la doctrine de l'économie classique où l'on ne parle que du

« producteur actif dans son travail, tapageur dans ses revendications, bruyant dans ses conflits, et où le consommateur fut considéré étranger à toute création de richesse, élément » tout passif dans la grande tourmente économique »¹.

Au contraire, elles veulent réveiller cette masse amorphe et désorganisée des consommateurs, non point pour la protéger comme les coopératistes par exemple, mais pour la mettre devant ses lourdes responsabilités. Et si les ligues partent de cet axiome, l'ignorance et l'inertie de l'acheteur moderne, elles n'en concluent pas moins qu'il est le maître qui dicte ses volontés, le tyran qui impose ses fantaisies.

Par conséquent, on est bien loin de ce « Jacques Bonhomme » que les coopératistes aiment à évoquer, dans leurs propagande

Le consommateur possédant tous les pouvoirs, il est juste qu'il encoure des responsabilités. Deux principes, de l'avis des ligues, dominent le devoir des acheteurs :

1^o Que l'acheteur d'un produit n'achète pas une matière brute, mais bien du travail humain, d'où il s'ensuit le devoir de n'acheter que de la marchandise faite dans des conditions loyales et humaines.;

2^o Que la vraie richesse d'un pays ce n'est pas tant son capital matériel (la somme de biens accumulés) que son capital de vies humaines².

De ces deux principes, les ligues déduisent — comme une conséquence des plus naturelles — le devoir pour les acheteurs d'exercer un contrôle sur les conditions du travail. Dans son effort réformateur, la ligue sociale se dresse contre l'écono-

1. Deslandres. *L'acheteur, son rôle économique et social. Les Ligues sociales d'acheteurs*. F. Alcan, Paris 1911.

2. J. Ruskin, *Unto this last*. London, 1894.

mie classique et ses représentants les plus récents, car ils ont ignoré l'homme et n'ont vu rien d'autre que la richesse. Elles se réclament de l'œuvre d'un Sismondi, économiste évadé de l'école des Smith et des Say comme l'appelle M. Deslandres dans son livre sur les ligues sociales. Elles se réclament de son esprit et de sa méthode, comme des Owen, des Fourier, Louis Blanc et des Proudhon¹.

Pour les ligues, le conflit existe avant tout entre les consommateurs et les producteurs, les responsabilités le plus lourdes étant à la charge des consommateurs, qui appartiennent aussi bien à la classe prolétarienne qu'à la classe capitaliste. Il s'agit donc avant tout, de réformer la mentalité du consommateur, de développer en lui le sentiment social et le sentiment du devoir. Voilà le remède. Il est aussi parfaitement vrai qu'elles admettent une activité semblable et simultanée du côté du patronat et de l'Etat. Ainsi, parmi les doctrines économiques modernes, c'est l'école interventionniste qui lui fournit la plupart de ses éléments. D'ailleurs, l'idéal des ligues sociales d'acheteurs se rapproche sensiblement de l'idéal de l'école interventionniste, ce dont elles ne se cachent nullement². Elles prétendent élargir et assouplir la thèse de l'école interventionniste, ce qui nous semble un peu excessif. Car, à ne prendre que le seul fait de la concurrence par exemple, on ne distingue nullement en quoi la thèse de l'interventionnisme est élargie et assouplie? Si les libéraux restent les champions de la concurrence, si les socialistes de toutes nuances veulent la supprimer autant que les coopératistes, quelle est la position, qu'elle est l'attitude des interventionnistes et

1. Deslandres, *op. cit.*

2. Voir Deslandres, *op. cit.*, p. 387-388.

des ligues? Absolument la même : l'adoucissement de la concurrence qu'ils veulent tempérer, sans, toutefois, indiquer des moyens pratiques pour y arriver.

Il est vrai que, la concurrence dans laquelle, d'après les dires de M. Yves Guyot, les producteurs ne chercheraient qu'à satisfaire leur clientèle et à se rendre plus ingénieux les uns que les autres dans leur altruisme, n'a pas beaucoup de créance auprès des ligues.

Elles sont convaincues des méfaits de la concurrence, mais trouvent que la responsabilité en revient aux consommateurs, qui se laissent prendre dans le filet des marchands, qui ne cherchent que le bon marché, le confort, le luxe, et qui par leur ignorance sont les complices des pires abus sociaux.

La tendance constante pour le bon marché, de la part des consommateurs est dénoncée par les ligues comme un véritable attentat à la main-d'œuvre, comme l'élément le plus funeste dans l'abaissement des salaires. Car les producteurs, pour arriver à contenter cette insatiable demande de bon marché, pour vaincre la concurrence des rivaux, abaissent les prix, réduisent le coût de production, et par là même, réduisent la partie la plus importante des salaires.

Il s'ensuit pour la classe ouvrière les conséquences les plus désastreuses : à savoir, la substitution de la main-d'œuvre non qualifiée à celle qualifiée, du travail féminin au travail masculin, la reprise du travail à domicile, enfin toutes les beautés du « *sweating system* ».

John Stuart Mill a beau dire « que la concurrence est la « grande force, la principale du monde économique, que c'est « la force à la fois impulsive et régulatrice, et coordonnatrice « par excellence, et qu'en dehors d'elle il n'y a que chaos,

« arbitraire, fantaisie et incertitude ¹ », les ligues répondront, que ce soi-disant régime de liberté n'aboutit, somme toute, qu'à sa propre négation — et la preuve en est, toute la floraison de *cartells*, syndicats et trusts.

« Les ligues sont amenées à se déclarer contre la concurrence, car leurs enquêtes ont montré que souvent la volonté capricieuse d'un seul, fait la loi à toute une profession, que des conventions signées sont anéanties par l'anarchique fantaisie d'un signataire ou de quelques rares contractants ². »

Et alors les ligues ont entrepris de faire de la force aveugle et malfaisante, inorganique et anti-sociale que les consommateurs ont actuellement, une force organisée et soucieuse de son devoir, consciente de sa puissance. Pour ce faire, elles leur recommandent 1° : de payer ses fournisseurs régulièrement et promptement.

2° d'éviter les commandes pressées.

3° d'acheter de bonne heure.

4° de fréquenter les maisons indiquées comme ayant rempli les devoirs patronaux envers les ouvriers.

5° de ne pas chercher à tout prix les marchandises à bon marché qui, tout en étant sans aucune valeur et sans durée, doivent leurs prix bas seulement à cause de l'abaissement des salaires et de l'exploitation des ouvriers.

Il faut reconnaître que, beaucoup de desiderata des ligues sociales d'acheteurs, sont tombées dans l'opinion publique et qu'elles sont devenues des réalités inscrites, dans la législation de presque tous les pays civilisés du monde. La question du repos hebdomadaire, du travail à domicile, de la veillée homi-

1. J. Stuart Mill. *Traité d'Economie Politique*, t. I, p. 636.

2. Deslandres, *op. cit.*, p. 40,5

cide, de la loi de 8 heures et tant d'autres mesures de protection des travailleurs sont définitivement passés dans le patrimoine de ceux-ci.

Mais le rôle de ces organismes, tout indiqués pour dénoncer les abus, pour émouvoir l'opinion et précipiter les réformes, reste, même après, très important. Car, comme l'a dit parfaitement M. Deslandres, « les lois sociales ont besoin de l'opinion » pour naître, mais elles ont encore davantage pour vivre ». Dans les pages précédentes nous avons essayé de faire une esquisse des ligues sociales d'acheteurs, et de montrer leur doctrine et leur contribution dans l'ensemble de l'économie politique.

De cet examen il est résulté que, ces organismes bien que créés par des consommateurs, avaient pour but de défendre d'autres intérêts que les intérêts des consommateurs et notamment ceux des ouvriers, employés et de tous les travailleurs en général. Aussi pourrait-on nous accuser d'illogisme, pour avoir incorporé parmi les institutions destinées à la défense du consommateur, des organismes qui ont plutôt la tendance de le combattre et de faire office de Ministère public à son égard.

Mais cet illogisme n'existe pas, car la dernière guerre qui avait modifié bien des choses, devait s'attaquer également aux ligues sociales d'acheteurs.

En effet, la guerre a profondément modifié les conditions de la vie sociale et la position de ligues semble atteinte, dans ses fondations même. Par le développement de l'action syndicale, par la rareté de la main-d'œuvre, par la loi de 8 heures, et toutes les lois de protection sociale, la force de la classe ouvrière n'est plus un mythe, elle est au contraire une des grandes réalités de notre époque économique. Par la hausse des salaires, par la démocratisation du pouvoir politique, par

le parlementarisme surtout, des améliorations considérables sont survenues dans la vie des ouvriers, ces tout dernières années. A l'heure qu'il est, sont-ils encore les travailleurs, les victimes de l'oppression du plus fort, du tyran cruel qui s'appelle dans le langage des ligues, le consommateur? Point. Il semble au contraire, même pour les ligues, que les abus du consommateur appartiennent à l'histoire ancienne, que sa force s'est, depuis la guerre, évanouie car, c'est plutôt le fournisseur qui dicte sa loi et le client n'a qu'à subir ses exigences. Ainsi les ligues sociales d'acheteurs furent amenées par les transformations du milieu économique d'après guerre, à changer de sujet, sans toucher en rien à leur objectif : *la défense du plus faible*, mais celui-ci n'est plus le travailleur en tant que producteur, mais bien le consommateur.

C'est le consommateur donc qu'il faut défendre, contre les accaparements, contre les sabotages du travail, les majorations des prix, etc.

Et à ce titre, les ligues entraient dans le cadre de nos développements et par leur évolution d'après-guerre se justifient pleinement comme institutions de défense du consommateur. En vue de la nouvelle activité, les ligues sociales de Paris, et de plusieurs autres villes de France, ont organisé 4 commissions.

1^o *Une commission d'information et d'éducation*, qui a pour mission de recueillir et de publier à titre de conseils d'après guerre « toutes indications utiles pour *éclairer, diriger* et organiser les achats.

2^o *Une commission de défense* qui doit provoquer, seconder, coordonner toute mesure susceptible d'arriver à baisser le coût de la vie, qui doit se mettre en contact avec les producteurs, les coopératives et fera connaître en même temps les

maisons honnêtes qui prendront l'engagement de ne pas se livrer aux pratiques de surenchères.

3° *La commission de travail* qui continuera à s'occuper de vieux principes de défense des travailleurs, comme avant la guerre.

4° *La commission d'extension*. — Elle a pour mission de reprendre dans tous les milieux, les principes de la ligue, de faire l'éducation du public en faisant connaître les règles morales qui doivent présider aux fonctions économiques de la production, de la répartition et de la consommation et de préciser les devoirs spéciaux, qui doivent être d'une observance plus stricte dans les conditions actuelles.

Surtout dans la direction éducative du consommateur, l'activité des ligues fut des plus efficaces. Depuis 1915 déjà, plusieurs organisations similaires aux ligues se sont constituées à Paris, qui par des conférences, des brochures, des tracts, des affiches se sont efforcées de faire connaître, particulièrement dans les milieux ouvriers et populaires ce qu'on peut appeler les *équivalences alimentaires*, de manière à réaliser le maximum d'économie avec le minimum de privations. Le but à poursuivre, c'est de convaincre le consommateur que si l'on pouvait supprimer les gaspillages, la vie serait incomparablement plus facile.

Ainsi, d'après les enquêtes entreprises par M. Cheysson, il ressort qu'à l'heure actuelle, dans beaucoup de milieux populaires, on arrive à dépenser seulement pour l'alimentation plus de 65 % du budget total, ce qui constitue évidemment un gaspillage inutile. A l'heure qu'il est, avec une production pour longtemps encore déficitaire et avec un niveau de moralité économique des plus bas, — la notion du juste prix

sur le marché à presque disparu — il importe au plus haut degré que l'éducation sociale de toutes les classes ramène dans les esprits le sentiment d'ordre, d'économie et par-dessus tout de la responsabilité sociale de chacun. Les ligues de consommateurs pourraient remplir ce rôle si elles étaient suffisamment développées et organisées.

Le gouvernement français a constitué en 1918 un conseil supérieur de la coopération, où les coopératives de consommation sont représentées à part égale, avec les coopératives de production.

Mais il est incontestable que les consommateurs n'avaient pas encore les moyens d'agir sur le législateur : les Conseils de consommateurs institués par le décret du 16 octobre 1920 réalisent une première organisation en vue de défendre les intérêts du public acheteur. Avec les ligues sociales, ces conseils doivent organiser la lutte contre la vie chère, et la victoire dépend uniquement de l'esprit de solidarité et de discipline de la masse des consommateurs.

§ III. — LE RÔLE DE L'ACTION COMMUNALE.

La régie directe. — Ses principes. — Le municipalisme avant la guerre. — L'extension de son rôle avec la guerre.

Quelques réalisations en France. — L'œuvre communale en Allemagne. — Aperçu critique. — Conclusions.

Après avoir montré, dans les paragraphes précédents de ce chapitre, en quoi consiste la protection du consommateur avec le concours du groupe de l'association et plus particulièrement de la manière dont elle se réalise par la coopérative

de consommation et par les ligues sociales d'acheteurs, il nous reste à parler enfin, du rôle de l'action communale.

Bien avant la guerre, les mesures prises par les municipalités ont embrassé les divers domaines de la prévoyance sociale et surtout l'approvisionnement en vivres, la question du logement, la lutte contre le chômage, etc.

Mais toute immixtion de l'Etat, comme des communes dans le domaine de l'exploitation économique, connue sous le nom de régie directe, était très mal regardée. Particulièrement, les adeptes de l'école libérale soutenaient que ce ne sont que des expériences de socialisme déguisé, qui se chiffrent finalement par des augmentations d'impôt pour les contribuables, car les résultats économiques seraient toujours déplorables,

Sans voir dans la régie une étape vers la socialisation, donc, une première victoire du collectivisme, sans croire non plus que la supériorité de l'entreprise collective sur l'entreprise individuelle est chose établie et prouvée, nous allons examiner le rôle de l'entreprise communale au seul point de vue qui nous intéresse, à savoir : l'intérêt du consommateur. C'est en se plaçant à ce seul point de vue, qu'il importe de donner une réponse vraiment valable et utile. Toute la question se résout donc à ceci : le consommateur est-il mieux servi par l'entreprise communale, par la régie ou par tout autre mode d'exploitation ?

Comme l'a fort bien dit M. Charles Gide, c'est avant tout une question d'espèce ; l'alimentation en eau d'une ville ne pourrait être faite que par un service municipal, tandis que le commerce des chapeaux de dame, par exemple, ne saurait pas revêtir la forme coopérative, encore moins celle d'une entreprise communale ; c'est à l'initiative individuelle seule que restera réservé ce domaine, où des facteurs comme le

luxe, la fantaisie, le goût et l'art sont seuls à décider et à contenter convenablement le consommateur. M. Gide est arrivé à la conclusion que l'exploitation en régie, paraît être limitée aux besoins que présentent les cinq caractères suivants à savoir d'être :

1^o Communs à tous les hommes ; 2^o égalitaires ; 3^o nécessaires 4^o quotidiens ; 5^o et d'une importance essentielle au point de vue de la santé publique¹.

Pour arriver à formuler un jugement objectif, il convient de ne pas s'éloigner de ce critérium, que la dernière guerre devait singulièrement élargir. En effet, la guerre a poussé de plus en plus, sous le coup des circonstances, dans la voie de l'économie collective et à tel point, que M. Gide voyait pour l'après-guerre, « toute une économie sociale nouvelle² ».

Sans aller si loin, il faut, quand même, reconnaître que la guerre a donné une grande impulsion au développement de la régie directe et de l'action communale en faveur du consommateur. On a vu naître des magasins communaux de denrées alimentaires, des boulangeries, des laiteries communales, des boucheries, non seulement dans des pays à large autonomie communale et avec une large expérience de socialisme d'Etat comme l'Allemagne, mais dans des pays totalement réfractaires comme la France.

Mais pour nous rendre compte de toute l'ampleur de cette action communale et formuler un jugement d'ensemble, il serait utile de rappeler succinctement les quelques expériences tentées par les municipalités en France et à l'étranger.

1. Charles Gide. : Article sur les régies directes. *Les Annales de la régie directe* Genève, année 1915.

2. *Ibid.* *Revue d'Economie Politique*, novembre-décembre 1914,

La première question et la plus ardue en même temps, qui se posait au lendemain de la guerre à toutes les municipalités, c'était la lutte contre la vie chère, l'approvisionnement des consommateurs, la juste répartition des stocks et des denrées. Les moyens qu'on employa pour combattre la hausse des prix, comme les taxations d'office, tout en ayant une répercussion momentanée sur le coût de la vie, se montrèrent par la suite bien inefficaces. Les municipalités avisèrent d'autres méthodes, que nous allons exposer pour chaque ville en particulier.

Lyons. — La municipalité lyonnaise organisa, en premier lieu, un service de transport qui manquait, pour amener de l'extérieur les denrées nécessaires sans intermédiaire et sans donner occasion à des spéculations, profitant ainsi d'une puissance d'achats en commun et de ressources financières communes. Pour ce faire, il fut constitué un conseil composé de telle façon et agissant de telle manière, que le triple intérêt de la ville, des commerçants et des consommateurs fut sauvegardé.

Le conseil d'achats qui comprenait des représentants des coopératives de consommation, des syndicats ouvriers, des associations de consommateurs, avait pour mission de guider la municipalité dans ses achats; il examinait les échantillons, discutait les prix. La commande était faite, après que chacun des délégués eut indiqué la quantité de marchandises qu'il retenait pour le groupement, dont il était le représentant. Ainsi, par l'achat en gros on faisait des économies d'argent sur le fret, le chargement des bateaux et des wagons et l'on gagnait du temps sur la délivrance des permis.

La ville prenait aussi, une certaine somme de marchandises

qu'elle vendait au public, en prélevant un bénéfice de 8 %, et empêchait dans une large mesure la spéculation. La ville de Lyon réussit à assurer, de cette manière, le ravitaillement de ses habitants en maintenant les cours, tout en assurant aux commerçants un bénéfice suffisant. De 1916 jusqu'aux premiers mois de 1919 il a été vendu soit directement, soit indirectement une quantité de denrées alimentaires pour une valeur de 25 millions de francs avec un bénéfice de 1.950.000 francs pour la ville. Le service des transports, composé de 80 camions automobiles transporta 268.685 tonnes métriques pour un parcours de 2 millions de kilomètres¹.

La ville de Tours. — Par suite de l'afflux des réfugiés devant l'occupation de l'armée allemande, la population de Tours passa à la fin de l'année 1918 de 74.000 à plus de 120.000 habitants. La vente de la viande de boucherie avait été municipalisée, ainsi que celle d'un certain nombre de denrées. Devant la hausse formidable des prix et la détresse des consommateurs, la municipalité de la ville fit adopter une mesure qui consistait à mettre hors la loi commune du commerce, les 25 denrées et produits de première nécessité que le public demande chaque jour à l'épicerie. Les commerçants s'engagèrent à vendre ces 25 denrées sans bénéfice et au prix fixé par une commission composée de représentants des consommateurs, coopératives et commerçants de gros. C'est là un exemple unique dans les annales du commerce et qui mérite d'être relevé.

Tout autre fut la méthode suivie par la *ville de Nantes*.

1. Pierre Peisi. De quelques moyens d'action entrepris par un certain nombre de municipalités et le ministère du Ravitaillement pour lutter contre la vie chère. Thèse Montpellier, 1920, p. 17-18.

Lorsque certaines denrées alimentaires étaient l'objet de hausses exagérées, la municipalité jetait sur le marché une quantité de ces produits qu'elle avait en stocks, ce qui ne manquait de régulariser les cours. Une œuvre pareille, quoique dans des moindres proportions, fut accomplie par la *ville de Saint-Mandé*.

Mais il y a une municipalité, surtout, qui mérite d'être rappelée à ce propos, et dont l'action en faveur du consommateur date longtemps avant la guerre. C'est la *ville de Montpellier*. En effet, on connaît l'essai de régie municipale de la boucherie à Montpellier dès l'année 1911 déjà ¹. Au cours de la guerre, la municipalité de Montpellier inaugura un système d'achats et de vente directs en matière de boucherie, de charcuterie et de triperie; après avoir établi par une enquête que la hausse pratiquée par le commerce de détail était hors de proportion avec l'élévation des prix du gros. L'action communale connut le succès le plus complet à en juger d'après les chiffres du bilan financier pour une période de plus de deux ans (5 février 1916, 28 février 1918) ².

Les résultats, en ce qui concerne la défense de l'intérêt du consommateur, furent des plus appréciables, car dès l'annonce du projet municipal, les bouchers abaissèrent légèrement leurs prix, alors qu'il n'y avait pas de variation correspondante dans les prix de gros.

Mais si en France l'activité communale en faveur du consommateur s'exerça sur une échelle assez réduite, en Allemagne particulièrement, elle connut des proportions très vastes. En

1. Hédin et E. Martin, *Annales de la régie directe*, Genève, 1915, p. 75.

2. Pierre Peissi, *op. cit.*

vertu des raisons particulières à l'Allemagne, pays à décentralisation et autonomie communale de très longue date et par suite du blocus économique, les municipalités allemandes se virent presque obligées de remplir des fonctions économiques nécessitées par la défense nationale.

Le rôle principal des communes allemandes, consista dans la mise en pratique du monopole d'Etat, établi en vue de la répartition des céréales et du contrôle de la consommation du pain. Ce n'est, d'ailleurs, qu'avec l'aide des communes et des unions de communes que la difficile tâche de l'approvisionnement de 70 millions d'habitants pouvait être réalisée. Naturellement, on essaya d'une manière assez large de la voie prohibitive, mais comme les résultats furent plutôt médiocres, les communes se décidèrent à intervenir d'une façon plus directe, plus profonde, pour combattre les causes de la vie chère. On pensa, avant tout, aux classes peu aisées de la population et pour leur assurer un minimum nécessaire de subsistance, il fallût que les municipalités devinssent des organes de juste répartition des denrées existant en quantité restreinte, et puis qu'elles créassent des entreprises pour la fonction et le commerce des denrées alimentaires capables de concurrencer le commerce privé. Ainsi, dès la déclaration de la guerre, la ville Breslau vote 16 millions pour le ravitaillement de la population civile, Metz trois millions, Nuremberg, Giessen, Aix-la-Chapelle chacune un million. Beaucoup ont pratiqué sur une grande échelle, l'achat de pommes de terre et la vente de celles-ci aux consommateurs. D'autres villes comme Mannheim, Ulm, Elberfeld, Cologne, font baisser les prix de la viande et des légumes par une concurrence organisée. Mais la méthode de vente employée par la ville de Bad-

Homburg, qui vend du beurre en régie directe, « les prix étant « gradués suivant le montant des contributions payées par « les consommateurs, est bien curieuse ». Il y a trois classes de prix : Le beurre coûte 2 marks 25 la livre pour ceux qui paient plus de 70 marks d'impôts et possédant plus de 3.600 marks de revenus ; 2 marks 10 la livre pour ceux qui paient de 31 à 70 marks d'impôts, et 1 mark 90 pour ceux qui paient moins de 30 marks d'impôts ¹.

Mais la tentative la plus intéressante et la plus instructive est, dans le domaine de l'approvisionnement en viande, celle de la ville de Strasbourg que nous relatons d'après l'article de M. Gittermann. « Tout d'abord elle organisa une enquête sur la situation de fortune des familles, afin de pouvoir, en se basant sur des données statistiques précises, assurer aux moins aisées, au moyen de cartes spéciales, un privilège pour l'achat des viandes bon marché ainsi que des stocks réunis par la ville. Pour permettre une répartition uniforme aux boucheries et fabriques de saucisson des bêtes attribuées à la ville, celle-ci abat elle-même le gros bétail, et vend les quartiers de viande aux bouchers, lesquels détaillent la viande aux consommateurs à un prix fixe.

De cette façon, la ville supprime le boucher en gros qui auparavant exploitait à sa guise les détaillants et le public. Propriétaire de toutes les issues, la ville peut les céder aux tripiers et assurer ainsi à la population pauvre une alimentation peu coûteuse. Toute cette organisation est dirigée par un office

1. Marcus Gittermann, Les Mesures sociales de guerre prises par les villes allemandes, *Les Annales de la Régie directe*, année 1917.

municipal d'approvisionnement en viande lequel fonctionne à l'abattoir communal depuis le 16 avril 1916¹.

En général, l'action communale se fait sentir soit dans la production ou l'achat des vivres, soit dans les méthodes de distribution et de vente. Souvent la vente est faite directement par la commune, mais il arrive que les denrées soient cédées par celle-ci aux négociants qui les revendent aux consommateurs à un prix fixé d'avance par la ville, méthode employée aussi par beaucoup de villes en France. Il existe toujours, encore dans le même ordre d'idées qui nous préoccupe, un organisme destiné à centraliser les achats de plusieurs municipalités et à supprimer ainsi tout profit du commerce du gros.

Le premier de ces organismes, connu sous le nom de « Coopération péricrativc d'achat des villes du Sud-Ouest de l'Allemagne » fut constitué à Karlsruhe le 1^{er} août 1915, ayant comme membres les villes de Mannheim, Ludwigshafen, Heidelberg, Pforzheim et Karlsruhe. L'activité de cet organisme est limitée strictement à l'achat des denrées réclamées par les communes participantes, en laissant à chacune d'elles, le soin de vendre les vivres et articles de consommation fournis par la société, opération pour laquelle il peut être fait appel au commerce local.

Des développements ci-dessus il résulte, de la manière la plus évidente, combien l'appui apporté au consommateur par l'action municipale fut efficace. Sans entrer dans des considérations d'ordre théorique et doctrinal, qui n'ont d'ailleurs d'autre valeur, que celle donnée par l'aspect général des faits de la vie réelle, nous sommes persuadés que les entreprises

1. *Ibid.*, passim.

communales, et tous les essais de régie directe expérimentés pendant la guerre, sont d'une grande valeur indicative.

Nous croyons que les jugements formulés par l'économie libérale à cet égard, ne pourraient plus se renouveler sans quelque injustice, car les faits, si nombreux depuis la guerre, nous apportent des témoignages, que seul le mépris d'antan serait incapable de réfuter. Nous croyons, quant à nous, que ces organismes par lesquels se manifesta l'action des municipalités, furent des organismes véritablement défenseurs du consommateur traqué par le spectre de la vie chère, écrasé par le poids des prix. A ce propos, et spécialement pour la période de guerre, qui vit l'éclosion de ces organismes communaux, l'action communale ne remplit pas seulement un rôle de défense des consommateurs, elle remplit, surtout, un rôle de défense nationale; et ce n'est pas, peut-être, le moindre de ses mérites.

CHAPITRE III.

La protection du Consommateur par l'Etat

§ I. — L'ÉTAT APPROVISIONNEUR.

De tout temps, on fit appel à l'Etat pour remédier à tous les maux que les nations connurent au cours de leur développement. C'est l'Etat Providence. L'économie libérale croyait avoir aboli par ses attaques à tout jamais cet Etat Providence, dont l'existence lui semblait une menace perpétuelle pour l'activité économique moderne, et une entrave au développement des forces individuelles. En dépit de toutes ses attaques, l'Etat Providence continua à vivre et de plus belle encore, car la guerre devait lui donner un essor vraiment considérable. Certes, le premier devoir de l'Etat, était d'assurer le salut du pays par l'effort militaire, mais pour ce faire il devait en même temps prendre en mains la maîtrise industrielle et commerciale pour coordonner les efforts individuels, et détruire les obstacles rencontrés par les initiatives privées prises au dépourvu. Il appartenait à l'Etat donc, de suppléer par son action collective, aux insuffisances individuelles, il lui appartenait d'assumer la tâche délicate du maintien de l'équilibre entre celles-ci et la consommation. La défense du consommateur s'impose donc à l'Etat comme une des grandes nécessités de l'heure. Comment entend-il le protéger? Par deux mesures, à savoir : *l'ap-*

provisionnement et la taxation. Quelles furent les méthodes et les modalités de cette politique de défense, quels furent les résultats, et quelles sont les objections que cette politique a dû soulever au cours des dernières années, c'est ce que nous tâcherons de mettre en lumière au cours du présent chapitre.

En effet, la politique économique de la guerre tendait à monopoliser le ravitaillement national. En France notamment, on y arriva grâce :

1° A la prohibition de toute importation libre par suite des décrets des 11 mai 1916, 22 mars 1917 et de l'arrêté du 8 septembre 1917.

2° A une série d'accords économiques entre les gouvernements français et alliés établissant le régime des contingentements.

3° A la réquisition de la flotte marchande (loi du 15 février 1918).

4° A la réglementation du change, et à l'exportation des capitaux.

Comme le constate parfaitement M. Paul Bénazet à la tribune de la Chambre, ces principes avaient comme conséquence d'empêcher le négociant français d'acheter, d'importer, ou de transporter sans autorisation. Ils nous conduisaient logiquement, naturellement à la *politique des Consortiums*¹.

a) *Consortiums*. — En effet, l'Etat, qui avait à acheter quantité de produits et de denrées de première nécessité devait être amené à souhaiter de trouver l'acheteur ou l'importateur unique. Il considérait comme trop difficile de s'adresser à la masse des commerçants, il préférait s'adresser à un

1. *Journal Officiel* Débats parlementaires, Chambre des Députés, 12 février 1919.

consortium agissant sous le contrôle de l'Etat. Ainsi le consortium apparaît comme le contraire d'une politique de libre initiative et d'organisation individuelles. Toutes les industries en quête de matières premières, sont placées sous une discipline rigoureuse, que leur impose le contrôle immédiat des pouvoirs publics. Le consortium est donc une sorte de coopérative, qui a pour actionnaires les membres d'une industrie déterminée, ou d'une branche de commerce quelconque, qui passe un contrat avec l'Etat, en vue d'obtenir de lui, à certaines conditions, les produits dont l'industrie ou le commerce ont besoin pour fonctionner. C'est l'Etat donc qui les approvisionne et c'est lui, qui impose souverainement les prix de vente aux consommateurs. C'est par ce dernier caractère du consortium, qu'on peut affirmer que la politique de l'Etat approvisionneur, fut une politique de défense de l'intérêt du consommateur.

La méthode allemande se distingue, par une intervention encore plus profonde, dans le domaine de l'approvisionnement, elle aboutit à faire de l'Etat le maître absolu de la vie économique.

Il est aussi vrai que les conséquences du blocus, la raréfaction des matières premières et des produits alimentaires, les difficultés de transports maritimes, obligeaient l'Allemagne à une pareille méthode, qui ne tarda pas à supprimer presque entièrement le commerce et l'initiative privés¹.

Que ce soit la méthode allemande, plus rigide, plus interventionniste en un mot, ou la méthode anglaise ou française, plus libérales et plus souples, il est parfaitement vrai que

1. L. Polier. Origine des Consortiums, *L'Europe Nouvelle*, 8 juin 1918.

l'essentiel du système d'achats administratifs fut adopté par la plupart des nations sous le coup des circonstances nées de la guerre.

Si un mouvement interventionniste de l'Etat avait tendance à se dessiner depuis la fin du xix^e siècle, dans la plupart des grandes nations, il ne s'était jamais présenté sous les contours et avec la puissance d'une si formidable entreprise que fut celle des consortiums pendant la dernière guerre.

Le régime de rigoureuse intervention de l'Etat n'est pas limité aux industries les plus importantes, il étend son empire à tous les fabricants, et à tous les produits importés depuis les pétroles, houilles, cotons, l'huile, verrerie, jute, cuirs, et peaux. Dans la plupart de ces consortiums, l'Etat s'engage à approvisionner les industriels et les marchands, contre le paiement de toutes les dépenses effectuées par l'achat, mais il acquiert un droit général de contrôle sur le tout. L'Etat fixera périodiquement les prix de vente, que le consortium devra exiger de ses adhérents, comme les prix auxquels les produits industriels et alimentaires seront livrés aux consommateurs.

Les initiatives individuelles se trouvèrent donc comprimées sous l'oppression d'une charte qui enlevait aux industriels et commerçants beaucoup de leur liberté. Naturellement, en temps normal, une pareille politique pourrait conduire aux pires catastrophes, mais en temps de guerre, l'Etat était obligé de faire cette politique pour le salut du pays, c'est-à-dire des masses consommatrices. Non seulement l'Etat était obligé de faire cette politique, mais nous dirons plus, il ne pouvait pas en faire d'autre.

Mais, cela ne veut pas dire qu'il faut méconnaître les griefs qu'on a élevés contre cette politique, surtout à cause des abus

dont elle s'est rendue coupable. On a souvent dit, que cette politique des consortiums, autrement dit, d'approvisionnements administratifs, fut loin d'être une politique de bon marché, car les prix payés par le consommateur ne furent toujours pas des justes prix. Ainsi M. le duc de Tremoille affirme dans un débat à la Chambre : Quant aux oléagineux l'intervention de l'Etat a été saluée d'une hausse vertigineuse. De 45 à 50 francs en 1916, le prix de 100 kg. d'arachides est passé à 140, prix qui a été pratiqué pendant les 11 premiers mois de l'année dernière. Il établit qu'au prix de vente de 140 francs, le consortium a réalisé un bénéfice net de 45 francs par quintal d'arachides, soit 1 fr. 45 par kg. d'huile comestible ce qui semble vraiment excessif¹. Le même abus est dénoncé pour les sucres qui valaient au mois de septembre 1914 entre 60 et 65 francs dans les grands centres producteurs, et qui montent au-dessus de 100 francs seulement quelques mois plus tard, et dès que le Gouvernement laisse entendre qu'il va s'occuper lui-même de l'importation et de l'approvisionnement de cette denrée de première nécessité. Que la méthode des consortiums n'ait pas donné les meilleurs résultats pour l'intérêt du consommateur, on a pu le constater maintes fois. Un exemple suffirait peut-être, pour distinguer toutes les tares inévitables, de l'avis de beaucoup, mais qui croyons-nous, auraient pu être évitées avec un peu plus de clairvoyance de la part des facteurs dirigeants. Il s'agit de l'achat des fruits étrangers, et spécialement des pulpes d'abricots qui valaient de 40 à 45 pesetas les 100 kilos, soit de 120 francs à 140 francs rendues à domicile. Le Ministre du ravitaillement exige la

¹ *Journal Officiel*, Débats Parlementaires, 11 février 1919.

formation d'un consortium pour effectuer cette importation. On attend 3 mois jusqu'à ce qu'il puisse se former, pendant que des intermédiaires à l'étranger, renseignés sur ce besoin, ont eu tout le loisir d'accaparer toute la marchandise disponible, marchandise qu'ils offrirent au consortium avec une hausse de plus de 100 francs sur le prix d'achat libre. Le consortium devenait ainsi un facteur de la hausse des prix. Il est très vrai que la politique d'approvisionnement administratif, a trop souvent servi l'intérêt particulier des comités et des consortiums, que bien des fois elle s'est montrée peu clairvoyante et tout à fait inhabile à mener la lourde charge qu'elle avait assumée.

Il est également vrai, que cette politique n'assura pas toujours au consommateur le juste prix qu'elle était censée lui assurer.

Ainsi, le riz, acheté au gouvernement anglais 0 fr. 67 le kilogramme, fut vendu au consommateur français au prix de 1 fr. 60 c'est-à-dire, avec une majoration de 140 %.

On a beaucoup critiqué cette politique des consortiums qui se serait montrée parfaitement inutile, voire nuisible. Sans justifier nullement les erreurs et les abus, certes répréhensibles, qui furent commis; nous croyons que ce système a quelque mérite. Il a ralenti, il a paralysé dans la mesure du possible, l'ascension des cours dans leur totalité, et nous sommes persuadés, que l'absence de tout contrôle aurait porté les prix encore davantage vers la hausse. Assurément, il est facile de répéter ou d'alléguer que la politique d'approvisionnements administratifs a donné des mécomptes, qu'elle n'a point enrayé la hausse des prix, en dépit de toutes les espérances éveillées; il est facile, certes, d'attaquer cette politique et de s'élever contre l'étatisme envahissant, tueur de la libre con-

currence et de l'initiative, mais nous demandons, à ces après critiques, qu'elle autre politique aurait-on pu suivre quand le danger de mort était là?

« Œuvre fragile par l'illégalité de ses fondements juridiques, « illusoire par les résultats qu'elle a produits, condamnable « par le programme politique dont elle s'est inspirée¹ ». Parfaitement, mais nous demandons, qu'aurait-on pu mettre à la place de cette politique tant décriée? Et c'est là toute la question. Car toute institution économique, comme tout phénomène social, doit être jugé d'après le milieu, le moment où il s'accomplit. Et nous arrivons à cette conclusion, que la politique des consortiums fut quand même utile au consommateur, dans la mesure du possible.

b) *Les baraques Vilgrain*. — Les organisations connues sous ce nom, furent un des moyens choisis par le gouvernement pour combattre la hausse des prix, améliorer autant que possible, l'approvisionnement en denrées alimentaires de première nécessité pour les consommateurs de la ville de Paris et de sa banlieue.

On voulait mettre à la disposition des consommateurs, les denrées les plus utiles, à des prix qui fussent à la fois des *prix nécessaires* et des *prix justes*.

Prix nécessaires, en ce sens, qu'ils constituassent un minimum nécessaire pour que la production continue et que le commerce libre ne soit pas ruiné, et prix justes, en ce sens, qu'ils soient exempts de tout élément parasitaire de toute majoration factice extorquée au consommateur.

Le Ministère du ravitaillement, à qui l'on doit cette heureuse

1. Bassetti. Les Consortiums, Thèse Paris, 1919.

initiative, pensa que pour enrayer la spéculation, il faut que l'abondance succède à la pénurie. Aussi se mit-il à importer des quantités considérables de viandes frigorifiées, du beurre d'Argentine, du riz du Japon, du vin d'Algérie, des légumes secs d'Amérique, qu'il jeta sur le marché, ce qui ne tarda pas à influencer les cours assez sensiblement. L'Etat chercha avant tout, à éviter le morcellement des opérations, l'intrusion onéreuse des intermédiaires, Il effectua le transport sur ses propres navires et dirigea les marchandises par trains complets jusqu'aux centres derniers de la consommation. Naturellement les prix de cession aux consommateurs, fut autre que celui de revient, parce que, l'intervention de l'Etat et la vente au prix de revient, auraient fini par écraser définitivement le commerce libre. Et on voulait éviter cela.

La ville de Paris devait collaborer à l'œuvre du Ministère du Ravitaillement, et en effet, elle permit que la vente au public s'effectuât dans les 80 boucheries contrôlées et dans un certain nombre de baraquements. D'ailleurs, l'œuvre de répartition se fit également par l'aide des coopératives, restaurants, ou boutiques contrôlées par les organes municipaux.

Dès l'annonce de ce projet, on enregistra une baisse des cours et un autre fait aussi important que le premier : l'apparition sur le marché de stocks cachés dans les réserves. Le nombre des baraques où l'on débitait les denrées augmenta assez vite car, au milieu de l'année 1919 il y en avait déjà 159. L'approvisionnement devint régulier et assez varié. Avec le nombre des locaux de vente, on augmenta également le nombre des denrées alimentaires et des articles ménagers mis en vente. Les recettes atteignirent une moyenne de 10 millions par mois.

Mais l'Etat ne vendit pas seulement ces marchandises dans ses baraques, il en céda en grandes quantités aux commerçants, et à des prix tels, que ceux-ci, pouvaient les revendre au même taux que dans les établissements municipaux.

Quels furent les résultats économiques en ce qui concerne l'intérêt du consommateur — d'une partielle expérience, — il suffit de regarder le tableau ci-dessous pour s'en rendre compte.

On y voit notamment les prix pratiqués dans les baraques et dans le commerce libre, à la date du 30 mars 1920, c'est-à-dire juste un an après leur établissement.

Etablissements municipaux		Commerce libre
Savon	le kilo 3.60	5.20
Haricots secs	— 1.60	3.20
Riz	— 1.75	2.50—4.20
Beurre demi-sel ..	— 13. »	14 »
Vin rouge	— 1.45	1.80
Confitures	— 4 »	5.50—8 »
Café	— 8.80	10.80
Graisse alimentaire	— 5.50	7 »
Lard	— 5 »	10 »
Jambon salé	— 8.60	12.60
Pommes de terre ..	— 0.45	0.70

De cette simple comparaison des prix, on peut voir combien les prix des établissements du ravitaillement furent plus bas que ceux du commerce libre. La proportion est en général de plus de 30 %. D'après certains calculs, on prétend que l'économie réalisée de ce fait par les consommateurs de la ville de Paris, de sa banlieue et du département de la Seine-et-Oise, s'élevait à plus de 30 millions (en comptant que le chiffre des recettes s'éleva à 100 millions et que la différence des prix était dans une proportion de 30 %¹).

1. Peissi, *op cit.*

L'avantage retiré de cette institution par les consommateurs est incontestable. La vie chère subsista quand même, parce que ses causes ne se trouvaient pas uniquement dans la lenteur des transports, dans la mauvaise répartition, dans l'accaparement ou spéculation des marchands; elle subsiste encore, parce que les moyens employés par l'État ne pouvaient jamais atteindre l'étendue considérable du mal. Mais il est vrai aussi que l'approvisionnement par l'État et la vente par des établissements municipaux, apporta un grand soulagement pour les grandes couches de consommateurs. Tout en faisant la part aux erreurs commises, aux abus et méfaits très répréhensibles, nous le reconnaissons — analysé uniquement au point de vue de l'intérêt du consommateur — l'institution se justifie pleinement et nous apparaît comme un facteur des plus sérieux pour sa défense, surtout dans un régime d'économie dynamique comme celui de nos jours.

§ II. — LA TAXATION

Parmi les moyens employés par l'État en période de déséquilibre économique pour défendre le consommateur et lui assurer un minimum de produits nécessaires à son existence, il faut d'autre part examiner la taxation. C'est un moyen dont l'État n'usa point pour la première fois au cours de la guerre mondiale. L'institution est connue depuis bien longtemps, Charlemagne et Philippe Le Bel s'en servirent et pour ne pas remonter si haut, il nous suffit de rappeler les essais justement célèbres de la taxation sous la Révolution de 1789. La Cons-

lituante, effrayée du renchérissement du pain et de la viande et hantée par la crainte des accapareurs permit aux municipalités de fixer le prix du pain et de la viande, par la loi du 19-22 juillet 1791, art. 30, texte qui est encore en vigueur.

A cause de la mauvaise récolte, la disette se fit plus menaçante, des convois furent pillés, l'émission considérable d'assignats et leur dépréciation corrélative augmentèrent encore le coût de la vie dans les plus fortes proportions. Mais une fois entrée dans la voie de la taxation, la Convention ne pouvait plus s'arrêter. Aussi les décrets se succèdent les uns après les autres. Le décret du 3 mai 1793 ordonnait à tout propriétaire de grains, de faire à la municipalité de son domicile la déclaration immédiate de la quantité ou de la nature des grains ou farines en sa possession.

Par le décret du 11 septembre 1793 la convention édicta un maximum unique pour toute la France fixé à 14 livres le quintal de blé, et quelques jours plus tard, par le décret du 29 septembre 1793, elle se vit dans l'obligation de fixer un *prix limite* de vente des denrées et marchandises de première nécessité; 39 espèces de marchandises étaient taxées à leur prix de vente en 1790, majoré d'un tiers.

Dans la pétition adressée le 16 avril 1793 par la commune de Paris à la Convention Nationale, Barberoux exposa de la manière la plus claire les dangers de la taxation : « Le maximum *sera-t-il faible* dit-il, les fermiers ne vendront plus le blé, n'en sèmeront plus, et les consommateurs s'empresseront de faire de gros approvisionnements, *sera-t-il fort* : on n'aura rien fait pour le peuple consommateur. La rareté des subsistances forcera le consommateur lui-même d'établir en secret, d'accord avec le vendeur, un taux plus élevé que celui de la loi ».

Mais la Convention ne tint aucun compte de la logique de cette augmentation et par le décret du 6 ventôse an II (24 février 1794) elle mit en vigueur le tableau général du « maximum de la République française, » qui devait servir à déterminer le maximum pour chaque denrée dans chaque localité. Ces mesures furent naturellement tout à fait inefficaces et dégurent encore une fois la Convention¹. Et comme le maximum n'était pas plus respecté du consommateur que du marchand, après des tergiversations la Convention dût arriver à sa suppression le 4 nivôse an III (24 décembre 1794). Dans la proclamation adressée au peuple le 9 ventôse, l'assemblée déclarait :

« La loi du maximum anéantissait de jour en jour le
« commerce et l'agriculture; plus cette loi était sévère, plus
« elle devenait impraticable. C'est donc cette loi si désas-
« treuse qui nous a conduit à l'épuisement. Dorénavant, les
« approvisionnements de la République sont confiés à la
« concurrence et à la liberté, seules bases du commerce et
« de l'agriculture ».

De ce court résumé que nous avons fait sur la plus célèbre

1. H. Taine. *Les origines de la France contemporaine*. La Révolution, t. III, Le Gouvernement révolutionnaire, Hachette, 1885, Paris, p. 490, et suiv.

Pareillement après la proclamation du maximum, *le paysan refuse de porter ses denrées au marché* et l'armée révolutionnaire n'est pas là, partout, pour les lui enlever de force. Il laisse sa récolte en gerbes, le plus longtemps qu'il peut, et se plaint de ne pas trouver de batteurs en grange. Au besoin, il enfouit ses grains, ou il en nourrit son bétail. Souvent il les troque contre du bois, contre un quartier de porc, contre une journée de travail. La nuit, il fait six lieues pour les voiturer dans le district voisin, où le maximum local est fixé plus haut. Autour de lui, il sait quels particuliers ont encore des écus sonnants et sous main, il les approvisionne. Surtout il dissimule son abondance, et comme autrefois, il fait le misérable. Il s'entend avec les autorités du village, avec le maire ou l'agent national, aussi intéressés que lui, à éluder la loi; il graisse la patte à qui de droit. Finalement, il se laisse poursuivre et saisir, il va en prison, il lasse par son obstination l'insistance administrative. C'est pourquoi de semaine en semaine, il arrive moins de farine, de bétail sur le marché, et la viande chez le boucher, le pain chez le boulanger deviennent plus rares.

expérience de taxation, nous sommes à même de voir les défauts, les vices congénitaux de ce système soi-disant protecteur du consommateur.

Mais l'analyse du système employé par les autorités publiques en fait de taxation au cours de cette dernière guerre, nous édifiera complètement à ce sujet.

En effet, la guerre mondiale avec la vie chère qui en est résultée, devait fatalement remettre en honneur les idées de maximum et de taxation en général. Un seul texte permettait à l'autorité d'intervenir pour fixer les prix : c'est l'article 30 de la loi révolutionnaire du 19-22 juillet 1791. Mais avec le temps, l'arsenal législatif s'enrichit d'un nombre considérable de lois décrets et arrêtés qui devaient fournir aux autorités publiques les armes dans le combat de la vie chère et de la hausse des prix. Ainsi, par la loi du 16 octobre 1915, on autorise le gouvernement à fixer un prix maximum de 30 fr. le quintal de blé et à taxer la farine.

La loi du 29 décembre 1915 autorise la fixation du prix du charbon dans chaque port et dans chaque bassin houiller, et par celle du 20 avril 1916 on taxe un grand nombre de substances et denrées comme le sucre, café, huile, graisses alimentaires, pommes de terre, légumes secs, lait, margarine, engrais commerciaux et sulfate de cuivre et soufre. Le Gouvernement obtint par la loi du 10 février 1918, le droit de taxer d'abord et d'obtenir la ratification des chambres un mois après la promulgation des décrets et arrêtés rendus par le ravitaillement national. A qui incombe dès lors de fixer les prix ? En principe, c'est à l'autorité préfectorale que cette tâche est échue. En effet, le préfet représentant du pouvoir central, est placé mieux que personne pour déterminer une taxe équitable,

adaptée aux conditions locales, adaptée au milieu en un seul mot. C'est lui donc, qui fixera le prix de vente au détail de la plupart des denrées susceptibles d'être taxées, ainsi que les prix de gros de celles dont la production est émiettée dans le pays telles, le lait, les œufs, le beurre. Les prix de vente en gros du sucre, café, huiles et essences de pétrole sont fixés par décret et seulement les prix de détail sont établis par le préfet.

Sans doute, la méthode de taxation ne fut pas la même pour tous les articles de consommation. Il y aurait à distinguer ainsi la taxation des céréales avec l'usage de la prime, la taxation des charbons avec l'emploi de la péréquation, la taxation des produits internes comme le lait, les œufs etc, puis la taxation au lieu de fabrication, comme pour le sucre.

Pour concilier l'intérêt du producteur et celui du consommateur il fallut recourir à la prime : la loi du 30 janvier 1917 attribuait une prime de 3 fr. par quintal de blé récolté en France en 1917 et comme la taxation de la farine et du pain était inférieure au coût véritable, le Ministre du ravitaillement pour sauvegarder la paix sociale, remboursait aux boulangers la différence. Le pain fut maintenu par ce système onéreux pour le trésor, au même taux de 0 fr. 55 le kilogramme jusqu'au mois d'avril 1920.

Mais si dans les premières années de la guerre, la taxe pour le blé fut maintenue généralement au-dessous du véritable prix du marché, par le décret du 21 mai 1918, la taxe fut subitement élevée de 51 fr. à 75 fr. le quintal, vraiment hors de proportion avec le coût de production. Ce seul exemple nous en dit long sur les défauts de la politique de taxation qui fleurit, il faut l'avouer, dans la plupart des États.

En ce qui concerne le sucre, il est caractérisé par la taxation au lieu de fabrication. En effet, dès 1916, le gouvernement a fixé le prix d'achat de la betterave par la fabrique et le prix de vente du sucre par celle-ci sur le rapport d'une commission spéciale.

Dans la circulaire ministérielle du 19 juillet 1918 on trouve la procédure de la détermination des prix. Ainsi on distingue deux sortes de prix :

a) *Les prix limite de gros* composés des éléments suivants : prix limite d'achat à la production plus la rémunération normale des intermédiaires, dont le nombre ne doit pas être supérieur à deux, plus frais d'emballage, transport et bénéfice du grossiste.

b) *Les prix limite de détail* composés des deux éléments à savoir : le prix de gros plus le bénéfice du détaillant fixé à 10, 12 pour 100 du prix de gros.

On a voulu assurer le respect de la taxe ainsi établie, par le renforcement des sanctions pénales et la recherche des infractions a été confiée aux officiers de police judiciaire qui furent secondés dans cette tâche par les agents contrôleurs et par les comités de surveillance des prix, (arrêté du 18 août 1917).

Les résultats de la taxation et l'intérêt du consommateur. —

La première question qui se pose à ce propos est la suivante : la taxation a-t-elle limité la hausse des prix ? A-t-elle donc rempli le rôle qui lui était assigné dans la pensée du gouvernement, à savoir : la défense du consommateur ? Donner une réponse d'ensemble ne serait guère possible, car si on peut dire que la taxation en gros ne fut que très rarement violée, et seulement pour certaines catégories de denrées, on peut certainement affirmer que la non-observation de toute taxation fut la

règle générale pour bien des catégories comme le beurre, les œufs, les pommes de terre, etc. Ainsi, on peut dire que la taxation de toutes les marchandises de production centralisée a donné de bons résultats, par contre ils furent déplorables pour toutes les denrées dont la production était éparpillée sur toute l'étendue du territoire.

Pour se rendre compte des effets de la taxe sur les approvisionnements, on n'a qu'à regarder le tableau que nous empruntons à la thèse de M. Ledan¹ où l'on voit les arrivages de beurre et œufs aux Halles Centrales durant deux périodes successives, la première période étant sans taxe et la seconde étant soumise à la taxe.

Beurre		
	<i>Sans taxe</i>	<i>avec taxe</i>
	I. Période Sept.-Mars Année 1917-1918	II. période Sept-mars Année 1918-1919
Septembre	1.066.845 kgr.	371.856 kgr.
Octobre	1.137.549	312.699
Décembre	676.345	116.559
Décembre	676.345	116.559
Janvier	536.100	60.498
Février	450.652	64.138
Mars	487.588	73.926

Oeufs		
Septembre	14.473.038	4.139.662
Novembre	10.051.228	901.926
Janvier	9.110.317	4.911.967
Février	17.626.090	14.383.534

1. Ledan. La détermination des prix par l'autorité publique pendant la guerre de 1914-1918. Thèse Paris, 1919.

Il résulte de ce que nous avons analysé précédemment, que la taxation fut loin d'atteindre son but. Elle souleva des critiques fort justifiées ; en effet elle se propose de faire à la fois deux choses absolument contradictoires : comprimer les cours, rendre en un mot les prix plus accessibles aux masses consommatrices, et faire disparaître l'appât des profits élevés pour les producteurs et intermédiaires. Il faut le reconnaître, en toute franchise, que loin de supprimer la cherté, la taxation ne fit que la perpétuer pour bon nombre de denrées ainsi que nous l'avons mentionné plus haut. Il est également vrai que les pouvoirs publics ne pouvaient l'éviter dans la période économique aussi troublée que celle de la guerre, la libre concurrence ne joua presque pas, car les producteurs jouissaient d'un véritable monopole étant assurés de trouver toujours preneurs à n'importe quels prix. « La cupidité insatiable, des fermiers est la principale cause de la cherté des grains » disait, en 1792, Payen le procureur de la Commune¹, et peut-être cette affirmation vaut encore aujourd'hui pour bon nombre de cultivateurs.

Il est parfaitement vrai que si la taxation ne réussit pas à défendre aussi bien le consommateur, comme l'a pensé le législateur de 1914, c'est que si la marchandise est rare, la loi de l'offre et de la demande ne tarde point à jouer. Elle se trouve toujours plus forte que les prescriptions de l'autorité. Les prix montent et les ventes se font souvent encachette, ainsi les mesures de restriction sont toujours tournées. « Les lois de maximum, dit M. Zolla, votées entre 1916 et 1918 n'ont pas eu plus de succès que les mêmes interventions oppressives et arbitraires n'avaient eu d'efficacité de 1793-1795. »

1. S. Bussac. Les Taxations agricoles, Thèse Paris. 1919.

Moins logique et moins courageux que le conventionnel, le législateur de 1914 n'a pas voulu taxer tous les objets de consommation et notamment il n'a pas osé taxer les salaires. Des ruptures d'équilibre ont marqué le maximum du ^{xx}e siècle et aggravé ses conséquences en rendant plus arbitraires et plus injustes ses applications »¹. Peut-être ce jugement n'est pas exempt de quelque sévérité et quant à nous, nous croyons que la préoccupation du législateur d'assurer la paix sociale par la taxation n'est point répréhensible et que tout au contraire, elle mérite d'être approuvée. Certes, nous sommes les premiers à reconnaître les défauts de cette institution économique, car nous n'ignorons pas que souvent la taxation risque d'orienter la production vers d'autres denrées non taxées ; ainsi la taxation du blé a eu pour résultat de détourner les fermiers de la culture de cette céréale pour celle de l'avoine. Nous savons également, que la taxation d'un produit exige, fatalement, celle des matières premières, comme la taxation des produits originaires entraîne celle des produits dérivés ; on taxe le lait, on finit par taxer le beurre et le fromage, car si le produit taxé disparaît du marché sous la première forme, il apparaît sous la seconde forme non taxée, Donc la taxation est une arme à deux tranchants aussi dangereuse pour ceux qui la manient que pour ceux qu'elle est destinée à frapper.

Somme toute, le consommateur l'a regardée pendant la guerre comme une mesure de protection pour lui. Certes, considérée en bloc, elle a donné des mécomptes, mais limitée aux marchandises de première nécessité et de préférence à celles dont la production est concentrée et assez simple pour

1. Daniel Zolla : La hausse des prix et les interventions de l'Etat, *Revue Politique et parlementaire*, Mai 1921.

qu'on puisse en évaluer le prix de revient, ou provenant de l'importation contrôlée par l'Etat, on peut affirmer que la taxation ne fut que favorable à l'intérêt du consommateur.

TROISIÈME PARTIE

La Place du Consommateur dans la structure économique moderne.

CHAPITRE PREMIER

Aspect dynamique de la question. — De la diversité des situations.

Tantôt le producteur domine : Le monopole de fait du producteur pendant la guerre.

Tantôt le consommateur arrête la production par son abstinence : La crise de 1920.

Tantôt il y a collaboration entre les producteurs et les consommateurs : Etude de la mode et de l'interdépendance des différents milieux.

Quoique l'école traditionnelle fut unanime à reconnaître, que les réalités profondes de la vie économique sont d'ordre psychologique, elle se montra toujours particulièrement méfiante, quant à leur valeur explicative. Par son désir, certes, très compréhensible, de mettre de l'ordre et de la fixité dans cette mer mouvante des phénomènes économiques, par son goût de l'abstraction et du général, seules garanties du caractère scientifique d'une discipline à ses yeux, l'économie

classique aboutissait de plus en plus à une netteté et une simplification excessive qui la faisait souvent verser dans l'artifice et dans la fiction. Ainsi, à force de trop vouloir serrer la vie économique avec ses méandres et sa bouillante activité dans des formules et concepts abstraits, elle finit par lui échapper, en ce qu'elle avait de force vivante et spontanée, de mobilité et d'activité.

Par sa méthode comme par son point de départ, l'économie traditionnelle était vouée à regarder les problèmes économiques, sous un aspect plutôt statique, immobile et fixe. Son penchant pour l'universel et pour l'impersonnalisme l'y condamnait irrémédiablement. Ainsi, son analyse s'exerçait plutôt dans l'espace que dans le temps. On voit le phénomène économique dans toutes ses parties, dans tous ses atomes, mais il est difficile de distinguer ce qui le relie au phénomène voisin, les mouvements qui l'entraînent, qui l'éloignent ou qui l'attirent. Le classique regardait le monde économique, comme le profane de nos jours, contemple la voûte céleste, couverte d'étoiles figées et immobiles dans les profondeurs de l'espace. Il n'y distingue aucun mouvement, il ignore que tout se meut dans la nature, que les étoiles aussi bien que notre soleil se précipitent sur la route qui leur a été assignée dès l'origine du monde. « L'économie classique avait envisagé un consommateur inactif et impersonnel qui subit le prix au lieu de le déterminer, qui bénéficie en dernier ressort de tout progrès économique, s'enrichit de la disparition automatique des privilèges, sous l'action de la concurrence, véritable légataire résiduel ; sleeping partner ¹ ».

1. Roche-Augussol : *La psychologie économique chez les Anglo-Américains*. Thèse Lettres, 918, p. 38.

A cette thèse de l'immobilité scientifique, développée par les économistes classiques de l'école anglaise et française, on a souvent opposé celle tout aussi excessive, peut-être, de la mobilité humaine presque illimitée, qu'impliquent à divers degrés, dans leur ensemble, les systèmes socialistes ¹.

Mais nous nous garderons bien de vouloir isoler les forces statistiques des forces dynamiques et de méconnaître ainsi leur continuité, car nous savons très bien qu'en réalité, il s'agit moins de forces irréductiblement distinctes, que de fonctions, d'aspects et de moments. Tout en étant parfaitement conscient de l'existence de deux états économiques distincts, l'état statique qui veut dire l'ordre, la constance et l'équilibre, et l'état dynamique qui veut dire avant tout mouvement, progrès, souvent déséquilibre, nous n'avons nullement l'intention de les opposer l'un à l'autre. Dans notre pensée, ces deux états ne sont en somme que deux moments dans l'effort d'adaptation d'un ensemble de forces à un ensemble de fins déterminées.

Et Clark avait parfaitement raison de penser que « ce sont parfois aussi deux aspects coexistants d'un même fait envisagé dans l'ambiance, dans la réfraction de deux milieux concentriques, dynamique au regard du milieu le plus proche, tout juste par ce qu'il est statique au regard du milieu plus lointain ². » C'est à l'école psychologique que revient l'honneur, d'avoir mis en lumière le dynamisme de l'économie moderne. En plaçant la valeur dans les désirs et non dans les choses, elle

2. C. Bouglé. : *Les sciences sociales en Allemagne*, 3^e édit., Alcan 1912. « Il exagère la variabilité de la nature humaine comme l'individualisme en exagérerait la constance, p. 80.

1. Clark. *Essentials of Economics Theory. The Distribution of wealth*. Mac Millan, New-York, 1899. chap. XXV,

modifia, non seulement, les tendances et les méthodes de la science économique, mais elle montra combien l'activité humaine, sous l'aiguillon du désir, est en perpétuel changement et combien la situation réciproque du producteur et du consommateur se modifie d'après un rythme fatal. Sous son impulsion active, la pensée économique ne tarda pas à réaliser des grands progrès et notamment celui de reconnaître une mission productrice au consommateur. Le consommateur peut ainsi consacrer la production, il peut élever au maximum l'utilité virtuelle incorporée dans les choses, il suscite de l'activité future, et se montre ainsi dans le complexe économique comme un personnage aussi important que le producteur.

Tarde avait remarqué avec beaucoup de justesse, que si dans l'économie classique le producteur a toujours eu l'hégémonie, et si on ne s'aperçoit pas de la diversité des situations réciproques des facteurs économiques c'est un peu à cause du règne de la coutume et du traditionnalisme qui rendait l'économie d'un peuple bien peu complexe.

La succession progressive du règne de la mode à celui de la coutume a plus impérieusement imposé à l'attention, le rôle économique du consommateur, la diversité de situations des différents facteurs économiques. Et lentement, on arriva à une conception autrement large et compréhensive de la vie économique. « Les faits économiques sont des résultantes d'actions entre sujets dont aucun n'a un rôle absolument passif; tous les termes du rapport ont une certaine spontanéité, un pouvoir de réaction; l'impression, le résultat de ce rapport appartiennent à un ensemble d'activités simultanées, mutuellement déterminants les unes à l'égard des autres ¹ ».

1. Roche-Augussol, *op. cit.*, p. 47.

Pour illustrer l'affirmation que nous avons faite au cours de ce chapitre, en ce qui concerne la place du consommateur dans la structure économique moderne, nous allons donner quelques exemples, capables de nous faire voir non seulement son rôle actif, mais en même temps, la diversité de ses situations, vis-à-vis des autres facteurs économiques et spécialement vis-à-vis du producteur.

§ I. — LA DOMINATION DU PRODUCTEUR. SON MONOPOLE DE FAIT PENDANT LA GUERRE

Ainsi, pendant la guerre, le producteur dans la plupart des branches se trouvait détenir un monopole de fait, et pouvait donc dominer le consommateur et lui imposer sa loi.

En premier lieu, par la mobilisation des armées, des millions de producteurs cessèrent de travailler pour les besoins de la vie, et s'adonnèrent uniquement à l'œuvre de mort. Du jour au lendemain, ils passèrent d'un camp à l'autre et augmentèrent le nombre de consommateurs non producteurs, comme les enfants en bas-âge, les malades, les vieillards ou la plupart des femmes.

Non seulement ces non-producteurs consommaient quantité de stocks alimentaires, mais ils étaient, en même temps, destructeurs de toutes sortes de biens et de moyens de production.

Le patrimoine des peuples diminuait considérablement chaque jour, tandis que la situation de monopole des producteurs privilégiés s'affermissait. Et plus on était producteur d'un produit ou d'une marchandise appelé à satisfaire un

besoin plus ou moins incompressible, plus on montait sur l'échelle du monopole. On a vu, donc, au cours de ces longues années, des producteurs franchissant successivement toutes les étapes de la rente passagère, de la marge de profit médiocre, jusqu'à la rente constante, alimentée par une situation ferme de monopole quasi-absolu.

Ainsi, dans la production agricole, MM. H. et J. Hitier en s'occupant des bénéfices agricoles, arrivent à distinguer la catégorie des petits et moyens exploiters, la plus avantagée par la hausse des prix, et qui constituèrent, à leurs yeux, des véritables monopoleurs. En effet, ils assurent exclusivement par eux-mêmes, la marche de l'entreprise, avec le concours de leur famille, et ils ne font presque jamais appel à la main-d'œuvre salariée. Ils ne connaissent donc pas, l'élévation du coût de production résultant de la hausse énorme des salaires; et puis les produits qui ont bénéficié au cours de cette guerre d'une hausse constante et formidable, ce sont, par excellence, les produits des petites et moyennes exploitations. Et ces produits ont bénéficié de cette hausse, à cause de leur nature qui les rendait indispensables à la vie, répondant à des besoins élémentaires, incapables de compression, de substitution.

« Ainsi, monopole de fait, quant aux productions qui sont les plus rémunératrices à l'heure actuelle et d'autre part, peu ou point de main-d'œuvre salariée à payer. Telles sont les deux conditions qui assurent aux petites et moyennes exploitations une situation particulièrement avantageuse et des bénéfices élevés. » ¹.

1. H. et J. Hitier. *L'Expansion économique*, février-mars 1920, pp. 11-24.

Et cet exemple pour combien d'autres catégories de producteurs ne serait-il pas valable? On a prétendu que le groupement des producteurs d'un même produit n'a pas pour objet ni pour effet d'amener la hausse ou la baisse de ces produits, mais bien d'empêcher les variations brusques des prix. Ainsi, le cartel ne serait d'après cette opinion qu'un instrument de régularisation. Mais on oublie trop souvent que, avant d'être cela, il est surtout l'instrument le plus sûr pour arriver à la création des monopoles de fait, destructeurs de toute concurrence et de toute liberté pour la masse des consommateurs.

L'économie moderne se distingue, justement, par le nombre grandissant de ces sortes d'organismes, qui mettent en pleine lumière la prépondérance du producteur et l'existence de nombreux monopoles de faits.

§ II. — LE CONSOMMATEUR ARRÊTE LA PRODUCTION PAR SON ABSTINENCE : LA CRISE DE 1920.

S'il y a des moments dans la vie économique moderne, où le producteur semble dominer en véritable maître, il est aussi d'autres moments où l'empire passe de ses mains dans celles du consommateur qui va jusqu'à arrêter la production par son abstinence résolue. Un des plus récents exemples à ce propos, nous fut fourni, justement, par la crise de 1920. C'est un phénomène de la plus grande importance et qui mérite d'être longuement développé, surtout, parce qu'il a mis en évidence les virtualités du consommateur et nous a démontré

une fois de plus, que le mouvement oscillatoire, le rythme, est la loi suprême de la vie économique..

En effet, la hausse des prix qui dura depuis 1914 jusqu'en 1918, fut interrompue quelques mois avant l'armistice du 11 novembre 1918, mais elle reprit de plus belle après l'armistice, continuant sa marche ascensionnelle jusqu'en avril 1920. C'est à cette date, qu'on a enregistré les index-numbers les plus élevés depuis la guerre. Ils étaient respectivement pour l'Angleterre 323, pour la France 596; Etats-Unis 266; Italie 674; et Japon 321 ¹.

La crise de 1920 se déclancha aux Etats-Unis, au cours du mois de mai-juin, mais son véritable lieu d'origine se trouve au Japon, où elle s'est manifestée avec les caractères classiques de la crise de surproduction. L'essor économique du Japon pendant la guerre, fut vraiment considérable. La simple comparaison du chiffre des exportations en 1914 et 1918 peut nous donner un aperçu : 587 millions yens en 1914, contre 1.931 millions yens en 1918. Mais les excès habituels de la spéculation, favorisée par la hausse générale ininterrompue et la rentrée de l'Angleterre une fois la guerre finie sur les marchés d'Asie, déterminèrent l'accumulation des stocks, l'engorgement de la production et la crise. Les répercussions de la crise japonaise se firent immédiatement sentir sur le marché des Etats-Unis. La première industrie atteinte, fut celle de la soie. L'habitude de porter la soie devint un phénomène universel en Amérique, surtout au lendemain de l'armistice du 11 novembre et qu'un économiste américain taxait de véritable manie. Attirés par les profits rapides et considé-

1. M. Huber. : Vers la baisse des prix. *Revue politique et parlementaire*, juin 1920, p. 294.

rables, nombreux furent ceux qui se mirent à négocier et spéculer sur un produit qui jouissait de la faveur générale. La valeur des produits de soie manufacturés, atteint le chiffre de plus de 750 millions de dollars, c'est-à-dire, presque 7 1/2 milliards de francs. Au commencement de l'année 1920, le prix de la soie avait atteint l'indice de 220 % le prix de 1914.

Mais à un moment donné, sous la pression des hauts prix, devenus prohibitifs, pour un nombre considérable de consommateurs, ceux-ci s'abstinrent; ils ne voulurent plus suivre le mouvement ascensionnel. Les achats cessèrent, des stocks s'accumulèrent chaque jour davantage. Les banques sous les impulsions du fédéral Reserve Board, font de sérieux efforts pour restreindre les avances largement consenties jusqu'alors. Surprises par la baisse des prix en germe et craignant une dépréciation progressive de leur gage, les banques dénoncèrent les crédits. Ainsi, la réalisation du gage intensifie la baisse qui n'était qu'ébauchée. De l'industrie de la soie, la contagion de la baisse s'étend à d'autres industries, comme celle du cuir, de la fourrure, de l'automobile, du caoutchouc, etc. Mais il faut l'avouer, cette baisse fut timide et irrégulière, elle s'arrêta aux prix de gros et ne toucha presque pas aux prix de détail.

La façon dont la crise de 1920 est apparue aux Etats-Unis d'Amérique, avec des caractères manifestes de surproduction, prouve une fois de plus l'affirmation de J. B. Say : « que les produits s'échangent contre des produits et que la « monnaie n'est qu'un simple intermédiaire, voué à disparaître « à la fin de l'opération ». La vieille théorie des débouchés, devient de la sorte d'une brûlante actualité, car elle est la seule capable d'expliquer la crise de 1920 en Amérique. Et, en effet, avec une Europe dévastée par la guerre, ravagée et

appauvrie dans ses richesses comme dans sa capacité de travail, l'industrie américaine ne pouvait continuer son rendement productif, car elle n'y trouve plus de débouchés. D'après les correspondances commerciales, parmi les motifs invoqués pour expliquer ce mouvement de baisse on a retenu notamment deux principaux :

Le resserrement du crédit et la résistance du consommateur.

Quant à nous, nous retiendrons surtout le second de ces motifs, qui nous semble vraiment essentiel dans cette crise de 1920. L'acheteur, qu'il soit un simple particulier, ou qu'il soit un peuple ou tout un continent, manifesta lors de la dernière crise, sa volonté de ne plus subir l'élévation excessive des prix, et il ne le veut plus, souvent, parce qu'il ne le peut plus.

Ainsi, crise de surproduction en Amérique, la crise de 1920 est une crise de sous-consommation, ou plutôt d'abstention dans les pays d'Europe contaminés par le mouvement de baisse de 1920. Mais, il y a dans cette crise d'abstention du consommateur, nombre de facteurs matériels comme des facteurs d'ordre moral et psychologique, qu'il serait utile d'analyser. Le premier de ces facteurs matériels, est la mauvaise répartition de la production qui ne fût pas réglée de manière à satisfaire aux besoins des consommateurs et à tenir compte du rôle social de chacun d'eux. Pour que la situation économique d'un pays soit normale, il faut de toute nécessité que l'effectif des producteurs appliqué à chaque branche d'activité, soit en rapport avec l'importance des consommations correspondantes et suivant un rang dans la hiérarchie des besoins. Or, que voyons-nous au lendemain de la paix? Que la plupart des gouvernements n'ont qu'un souci, celui de

remettre en activité tout l'outillage industriel, créé pour les besoins anormaux et temporaires du temps de guerre. A la fin de 1918, les ressources mondiales en outillage industriel étaient incomparablement plus élevées qu'en 1914; la main-d'œuvre occupée dans les usines, s'était accrue en conséquence au détriment des autres branches d'activité. Il en résulta pour les agriculteurs, un véritable monopole de fait et dont nous avons déjà eu l'occasion de parler.

Ainsi en consacrant la prépondérance de l'effort industriel sur les autres formes d'activité, les gouvernements préparaient déjà l'éclosion de la crise. Il est aussi vrai que les nécessités de la paix sociale les obligeaient à fournir du travail aux millions de soldats devenus libres par la cessation des hostilités. Ce qu'on a appelé « le rajustement industriel » devenait une nécessité de premier ordre qu'on ne saurait point nier.

Mais il n'en reste pas moins vrai, que ces mesures devaient provoquer une surproduction dans des branches, où les besoins réels étaient bien inférieurs aux capacités de fabrication. Le trop d'activité dans une industrie ou dans une branche d'industries, se soldait en fin de compte par l'engorgement partiel, qui amena la stagnation générale et l'abstinence des consommateurs. Abstinence volontaire pour les uns, involontaire pour les autres, le résultat est toujours le même, arrêt de la production.

La guerre avait, d'ailleurs, développé des besoins de consommation des plus multiples qu'on voulut encore augmenter après l'armistice. Ces désirs de jouissance coïncidèrent avec celui de repos, assez compréhensible, à la suite d'une pareille tourmente. Cette tendance qui marque les deux premières années d'après guerre, devait avoir naturellement des sui-

tes particulièrement fâcheuses, étant donnée l'organisation défectueuse de la production. Du fait qu'une fraction importante de la main-d'œuvre mondiale se trouvait occupée à fabriquer des objets plus ou moins inutiles, sans aucun rapport avec les besoins des consommateurs, le mal empira de plus en plus et se transforma en véritable mal'aise. Cet appétit de jouissance avait suscité des espoirs incomparables, dans le rang des producteurs et leur avait donné l'illusion falacieuse d'un pouvoir d'achat singulièrement accru. Aussi, de nouvelles entreprises furent créées, mais la vérité ne tarda point à s'imposer aux producteurs grisés, en brisant l'échaffaudage de leurs espérances.

Dans leurs calculs, ils oublièrent de compter avec un facteur qui, pourtant, devait avoir voix au chapitre, à savoir le consommateur.

Et celui-ci, avait changé de mentalité. Il avait compris, ou plutôt il avait supporté la hausse des prix pendant la guerre, mais cette hausse ne lui semblait plus légitime, une fois la paix conclue. Quand les millions de bras, jusqu'alors occupés uniquement à l'œuvre de mort et de destruction furent rendus au travail fécond et créateur, les consommateurs ne purent admettre que l'équilibre entre la production et la consommation ne se rétablisse et qu'une baisse des prix, ne succède pas à la hausse continuelle. Or, nous avons vu, que cet équilibre entre la production et la consommation ne pouvait se réaliser du fait de la mauvaise répartition de la main-d'œuvre entre les branches d'activité, vraiment utiles et nécessaires. Ainsi, les consommateurs ne pouvant plus suivre l'élévation des prix, manifestèrent une volonté très ferme de restriction et d'économie. Le mouvement de baisse,

déclanché en Amérique, ne tarda pas à s'étendre dans les pays d'Europe en raison de la solidarité des grands marchés internationaux.

Dans les pages précédentes, nous avons fait d'une manière succincte l'histoire de la dernière crise, qui nous intéresse en tant qu'elle est capable d'illustrer notre thèse de l'alternance des situations du producteur et du consommateur. Il nous reste encore un point à éclaircir, à savoir comment expliquer cette crise dans le cadre tracé par les différentes théories économiques. Dans les théories de Sismondi ou Robert Owen, aussi bien que celle de J. B. Say, la crise était considérée en elle-même, son étude est plutôt une étude descriptive qu'explicative. Tous ces caractères sont signalés : l'engorgement des marchés, la baisse des prix, la fermeture des usines, le chômage obligatoire des ouvriers. Ces mêmes idées reviennent dans les écrits de Karl Marx et bien d'autres socialistes, mais, qui considèrent la crise comme la manifestation d'un état pathologique quasi constant, la preuve du déséquilibre fondamental et chronique en régime capitaliste, entre les forces de production et le pouvoir d'achat de la consommation.

C'est là, une opinion qui ne s'accorde point avec les réalités économiques et qui ne saurait non plus expliquer la crise de 1920.

Pour M. Aftalion, la cause des crises tient à une caractéristique de notre technique industrielle, qui exige une longue période de temps entre le moment où le procès de la production commence et celui où il se termine. Autrement dit : « c'est la « lenteur de la production à s'adapter aux besoins qui est

« responsable de la préparation et de la survenance des « crises ¹ ».

Cela est parfaitement vrai pour la crise de 1920. La production n'a pu se modeler sur l'état des besoins, tel qu'il se présentait au lendemain de la guerre; les prix de détail n'ont pas obéi aux mouvements oscillatoires des prix de gros et ce désaccord devait contribuer largement à l'extension de la crise. Le manque d'allure identique dans le mouvement de ces deux sortes de prix arrêta net la demande lentement ascendante; car comme l'a remarqué M. Aftalion « elle n'a pas en soi des raisons d'être rythmique ». Et alors comme conséquence du rythme des prix, la consommation elle-même devient rythmique, le pouvoir d'achat de la nation progressant en période de prospérité et déclinant en période de dépression économique.

Pour nous, la crise de 1920 a une cause, entre autres, dans la spéculation; mais une spéculation généralisée jusqu'aux couches les plus profondes des consommateurs. Cela peut paraître paradoxal à première vue, mais à la suite d'un examen plus attentif, cela devient tout à fait évident. Sans partager l'opinion bien connue, d'après laquelle la spéculation, comme l'âne de la fable de La Fontaine serait « ce pèlé ce « galeux d'ou venait tout le mal », capable à elle seule de hausser ou de baisser les prix à volonté, s'aidant de forces obscures et ténébreuses, nous sommes obligés de reconnaître son rôle dans la crise actuelle. D'habitude, l'activité de la spéculation dans le déroulement des événements économiques, apparaît dans une sorte de pénombre mystérieuse qui réussit à impressionner l'esprit populaire toujours prêt à y trouver

1. Aftalion : *Evolution de la Production. Le rythme de la vie économique Problèmes actuels de l'Economie*. Colin, Paris, 1921, p. 272.

l'explication commode et ultime de toute une chaîne de problèmes indéchiffrables. Son empirisme est ainsi satisfait.

Un caractère péjoratif s'est attaché depuis les temps les plus reculés à cette opération, qui pour un analyste objectif présente des avantages très réels. Le spéculateur, en général, est un homme qui s'est fait de la prévision une profession et s'est forgé une arme de l'information. Il apparaît comme un véritable haruspice de la vie moderne. En scrutant l'horizon économique il arrive souvent à dominer, à diriger les événements. Il relie entre eux les différents marchés du monde et fait ainsi œuvre utile, par l'équilibre qui s'établit entre la consommation et la production, les deux termes de l'équation d'échange. Certes, il ne faut pas oublier les nombreuses erreurs commises, les manœuvres souvent coupables, qui ont jeté beaucoup de discrédit sur une opération fort utile à la vie économique moderne. Les prix — simple rapport entre les biens et les besoins — sont en perpétuelle oscillation et s'ils peuvent être influencés temporairement par la spéculation, ils ne sauraient être déterminés d'une manière permanente dans leurs mouvements principaux.

Nous disions que la crise de 1920, a parmi ses autres causes, la spéculation aussi, mais une spéculation d'une espèce bien différente de celle que l'on rencontre habituellement. C'est cette espèce de spéculation généralisée qui finit par changer la mentalité du consommateur. En effet, la contraction consummatrice lors de la dernière crise, est due en somme, à ce changement survenu depuis la guerre dans le mécanisme psychologique de l'acheteur. En effet, depuis la guerre, le consommateur ne cesse pas de jouer successivement à la hausse et à la baisse. Nous nous expliquons. Le même consommateur qui

en période de hausse des prix, par la rapidité de ses achats, par la demande constante de livraisons, par la crainte avec laquelle il accumulait des provisions et des stocks, et par la concurrence acharnée contre les autres acheteurs candidats, sera incontestablement un facteur de cherté; par son abstinence tenace, il deviendra un élément de la baisse des prix, donc de la crise. Tant que le consommateur achètera en vue de s'assurer une rente par la différence entre le prix actuel et celui qu'il devra payer à une époque ultérieure, et tant qu'il s'abstiendra actuellement d'acheter, pour le faire plus tard, mais à un prix moins élevé, le consommateur ne fait en somme que spéculer. Ainsi, dans la période de 1914 à 1920 il a spéculé en jouant à la hausse et à partir de 1920 il a joué à la baisse en s'abstenant. C'est un phénomène normal et explicable dans une économie dynamique comme l'économie moderne et dont on ne saurait nier l'importance dans l'explication psychologique de la crise de 1920.

La crise de 1920 fut donc avant tout, une crise d'abstention du consommateur, qui se montra capable de dominer à un certain moment le producteur oublieux de régler son activité, sur la ligne tracée par les besoins du premier. Il faut donc repousser la théorie qui assigne comme cause à la crise, la surproduction générale. « Elle est une impossibilité
« ou même un non-sens logique, car on doit considérer l'in-
« satiability des besoins comme un incontestable et fondamen-
« tal principe économique; et puis un accroissement géné-
« ral de la production signifie un accroissement identique du
« pouvoir d'acquisition ¹ ». Le caractère abstentionniste reste

1. Aftalion : Les crises périodiques de surproduction. Rivière 1913, Paris, t. I. p. 275.

donc attaché à la crise de 1920, et il montre comment, à un moment donné, le consommateur est à même de dominer le producteur et tout le mécanisme économique d'une société.

Il est très vrai, que de puissants mouvements se créent pour favoriser la pratique des économies et des restrictions. On connaît l'histoire du sénateur américain qui parut en « overall » aux séances du Sénat Américain, et qui n'est qu'un exemple typique d'une vaste campagne en faveur de l'abstention des consommateurs. Le travail des ligues contre les boissons est aussi à mentionner, car à la suite de cette campagne est intervenue la législation qui institua le « régime sec » en Amérique. Voilà donc le consommateur qui impose sa loi aux producteurs et qui est donc capable de déclencher la crise par son abstention.

Mais cette crise d'abstention aura toujours, (comme cela a été le cas pour l'année 1920) pour effet, d'opérer un reclassement automatique et progressif de tous les facteurs de la production, reclassement de plus en plus conforme à la hiérarchie des besoins.

L'abstinence du consommateur, redevenu par le jeu des phénomènes et circonstances économiques, l'arbitre de la situation, aura un effet organisateur. La crise de 1920 a prouvé clairement cet effet heureux pour l'ensemble économique.

Mais après avoir vu successivement, comment dans l'ordre économique il y a des moments où c'est le producteur qui domine le consommateur et d'autres moments où, par contre, c'est le consommateur qui dirige l'ensemble du processus de la production, il nous reste à étudier encore la collaboration de ces deux facteurs. C'est l'étude de la mode, qui va nous montrer

cette collaboration du producteur avec le consommateur et l'interdépendance des différents milieux.

Nous avons dit ailleurs combien l'économie moderne a réussi à éclairer de problèmes, et à pénétrer dans la profonde nature des choses, grâce à l'analyse psychologique. C'est par elle uniquement, qu'on est arrivé à se rendre compte que tout le mécanisme de la consommation et de la production repose en somme sur des forces psychiques, que c'est le désir, qui est le grand ressort de toute l'activité humaine comme de l'activité économique en particulier. Si cela est prouvé, qu'est-ce la mode? C'est une idée force, dont la naissance est provoquée par le désir de se distinguer, de marquer une individualité en traits propres et personnels¹. Elle nous intéresse comme une des formes de l'activité économique et comme exemple de collaboration étroite entre les deux facteurs qui souvent sont en lutte.

En effet, dans les phénomènes de mode, l'individu se comporte tantôt en tant qu'inventeur, autrement dit producteur, tantôt en tant que consommateur; mais même dans ce cas, loin de jouer un rôle passif, il apparaît comme agent actif et agissant dans le procès de la production. Car le plus souvent le grand nombre de personnes qui ont adopté un modèle, un vêtement, un objet nouveau, impose à l'idée primitive, à l'idée créatrice, toutes sortes de déformations, la rendent ainsi susceptible d'épouser tous les goûts et d'être à la portée de toutes les bourses. C'est le travail de vulgarisation. Et c'est dans ce travail de vulgarisation économique qu'apparaît le rôle actif de collaborateur du consommateur moderne.

Gabriel Tarde va plus loin, pour lui, «l'antériorité des besoins

1. Germain Martin. : *Étude sur la Mode et la Production* Mémoire présenté à l'Académie des Sciences Morales et Politiques,

« de consommation, en tout genre, sur les besoins de production, peut se déduire comme un corollaire important de la marche de l'imitation ab interioribus ad exteriora, c'est-à-dire de la chose signifiée au signe. Le signe ici c'est l'acte producteur qui réalise l'idée et le vœu de la chose à consommer. Cette idée et ce vœu c'est le fond caché dont le produit consommé est la forme ¹ ».

Ainsi, il apparaît que le véritable substratum de la mode, n'est autre que *l'imitation*, phénomène des plus généraux, qui exerce son activité autant dans le domaine du sentiment et de la pensée que dans celui du travail ou de l'échange. L'individu qui vit dans le milieu social est incapable de se soustraire à ces mille et mille influences, qui s'insinuent dans son âme, dans ses désirs, qui le pénètrent par tous ses pores et le contraignent à reproduire les mêmes gestes, les mêmes paroles ou pensées, à se réclamer des mêmes sentiments que ceux qui sont autour de lui. De même, dans l'ordre économique, il ne faut point négliger la part considérable qui revient à l'instinct d'imitation dans les décisions et les actions du consommateur. Plus que partout ailleurs, cet instinct d'imitation se fait jour dans les phénomènes de mode. Car c'est ici surtout que le désir de la possession ne se transforme en volonté d'achat que sous l'action de l'instinct de l'imitation.

Mais le phénomène économique de la mode mérite d'être analysé pour d'autres raisons encore. C'est qu'il caractérise mieux que tout autre, l'économie moderne et le rôle du consommateur à l'intérieur de celle-ci. L'influence que le passage de la coutume à la mode en fait d'usages et plus tard le retour

1. G. Tarde. *Les lois de l'imitation*. Etude sociologique. Alcan, Paris, 1890, p. 364.

de la mode à la coutume élargie exerce sur l'industrie elle-même, est vraiment considérable. En effet, la coutume impose à chaque localité des aliments, des vêtements, des meubles, des logements, qui restent fixés pendant plusieurs générations, elle rend presque impossible la production en grand par le machinisme moderne. Dans les époques de coutume, l'artisan s'attache à faire un petit nombre d'articles très solides et très durables, tandis que dans les époques où règne la mode, l'industriel vise à la quantité et non à la solidité des produits. A la place du débouché permanent, étroit, interne, on arrive au débouché illimité, aléatoire, lointain, externe¹. Le passage d'une forme de débouché à une autre forme, c'est en somme le passage du règne de la coutume à celui de la mode.

Dans les pages précédentes de cette étude nous avons déjà constaté, que l'analyse des facteurs psychiques de la vie économique, montre comment l'acte de production est sous la dépendance, sinon absolue, du moins relative de l'acte de consommation. Par l'entremise de l'entrepreneur, mandataire de la collectivité, le désir vague de nouveau et de changement prend corps et devient une réalité économique. Il tente de mettre en corrépondance le désir futur avec l'énergie productive et de créer ainsi des valeurs sociales. Il est alors l'organisateur par excellence des forces économiques. « Placé entre la consommation et la production, il donne à celle-ci le mot d'ordre qui lui vient de celle-là, afin qu'elles soient perpétuellement adaptées l'une à l'autre² ».

Aussi l'entrepreneur se voit obligé, pour la réussite de ses efforts, d'étudier, avant tout, la consommation, à un triple

1. G. Tarde, *op. cit.*, p. 367.

2. Germain Martin, *op. cit.*, p. 74.

point de vue; il doit rechercher si les consommateurs réclament la satisfaction de leur désir avec une grande vivacité, s'ils sont nombreux, et si c'est un désir prolongé, permanent.

En d'autres termes, il s'agit pour lui de procéder à l'étude du désir en tant que *intensité*, *étendue* et *durée*. Naturellement l'entrepreneur fera entrer en ligne de compte la réclame qui n'a d'autre but « que de donner au désir de l'intensité quand il n'est qu'étendu, et de l'étendue quand il n'est qu'intense ». Après avoir vu l'influence du consommateur sur l'acte de production sur le producteur lui-même, par l'entremise de ce mandataire du désir collectif qu'est l'entrepreneur, il importe d'analyser également l'influence du producteur sur le consommateur, car de cette série d'actions et réactions successives résulte la collaboration, qui se manifeste dans le phénomène de mode. Certes, cette analyse a déjà été faite à maintes reprises par de nombreux auteurs qui ont eu le tort, d'après M. Germain Martin, d'avoir assigné une trop grande portée à l'action du producteur sur le consommateur — et à son indépendance; — comme celui-ci l'ajoute plus loin « la condition *sine qua non* « pour que cette action puisse s'exercer c'est que les désirs « nouveaux que l'entrepreneur veut faire naître chez les « consommateurs soient conformes à l'état d'esprit d'un certain milieu, à un système de tendances plus ou moins instinctives, à un tempérament qui peut s'ignorer lui-même, « mais qui saurait résister vigoureusement à une suggestion « contraire à son équilibre ».

Contrairement à toutes les apparences, l'activité créatrice dépend de la consommation, car l'invention la plus géniale, la plus artistique, sera incapable de changer le cours habituel des désirs de la masse; elle ne sera point couronnée de

succès, donc imitée. Si le producteur ne suit pas la consommation, on ne feindra pas au moins de la suivre. C'est d'ailleurs la tactique bien connue des grandes maisons et, de tous les producteurs qui lancent un produit nouveau dans le domaine de la mode. Ils s'appliquent avec un remarquable talent à ne point froisser le sentiment d'indépendance du consommateur, à ne point faire violence à son autonomie dont celui-ci est toujours excessivement jaloux.

Aussi, toute l'action du producteur s'exercera de deux manières absolument contradictoires : provoquer l'extrême mobilité du désir, ou retenir celui-ci constamment fidèle au même produit.

Dans toutes les industries de modes, parure, vêtements, et de luxe en général, on a intérêt à ce que le désir de changement soit très vif, pour que, par l'extrême mobilité, la production soit en activité permanente, condition première de la prospérité. Ainsi la mode élargit la production, entretient la vie, devient en un mot le centre moteur d'un nombre considérable d'industries. Mais en même temps le producteur s'efforcera de canaliser le désir suscité par lui-même, et de le dominer, car ce n'est qu'ainsi qu'il pourra escompter l'avenir et faire état de la prévision, seule capable de lui assurer le profit. Surtout dans ces industries de luxe, le producteur n'arrivera à diriger à son gré le désir du consommateur que par une adroite et fine suggestion, qui sait constamment illusionner celui-ci sur la réalité de sa volonté et l'autonomie de son caprice. Au contraire, la situation est toute différente dans les industries qui nécessitent un outillage important, coûteux, difficile à renouveler et dont les produits répondent à des besoins constants et fondamentaux de

la vie. Pour éviter alors de trop brusques changements, pour éduquer, pour ainsi dire, le désir et le caprice, le producteur tâchera de le stabiliser. Il consacrera la plupart de ses efforts à créer des habitudes, à enraciner la mode, à la transformer ainsi en coutume. C'est de cette seule manière qu'il pourra assurer la marche prospère de son industrie. Mais, si ce travail de stabilisation du désir effectué par le producteur présente de réels avantages économiques, évitant la perte d'une grande énergie économique, il présente aussi un très grave danger. C'est la douce paresse de la routine, l'ennemi mortel du progrès et du mieux. Heureusement la concurrence entre les producteurs eux-mêmes les oblige à persévérer constamment dans leur effort de perfection. La crainte d'être dépossédés de la confiance du consommateur par des adversaires, est vraiment salulaire.

De cette manière, l'intérêt du producteur et celui du consommateur deviennent identiques, phénomène assez rare dans une économie où tout semble n'être que la mise en œuvre du cycle hégélien, thèse, antithèse et synthèse.

Nous avons parlé au cours de ce chapitre de la collaboration du consommateur et du producteur, qui se manifeste dans le phénomène de la mode. Nous avons analysé les influences réciproques du consommateur et du producteur, et toutes les conséquences qui s'ensuivent, mais nous avons omis de parler encore d'une question fort importante, à savoir, par qui se réalise cette collaboration ? Elle se réalise par une double invention, du consommateur aussi bien que du producteur.

« L'invention est le trait d'union qui relie à chaque instant
« le désir, force immatérielle et impondérable, aux diverses

« formes que la main de l'homme peut imprimer à la matière
« brute »¹.

Mais il y a une différence très importante entre les deux sortes d'inventions, celle du producteur est volontaire, réfléchie, calculée par rapport au milieu auquel elle s'adresse, en vue d'un bénéfice à gagner, tandis que l'invention du consommateur est toute instinctive, avec un but unique, la singularisation. L'œuvre de production se présente ainsi gouvernée par ces deux inventions, mues soit par le désir du consommateur, soit par la faculté d'adaptation du producteur. C'est par l'invention dans les industries dominées par la mode, phénomène général de l'activité humaine, que la collaboration étroite du consommateur et du producteur intervient dans l'économie moderne. Ainsi est-il prouvé une fois de plus que dans le domaine économique et social, sous le désordre apparent, subsistent des faits permanents, qui, interprétés d'une manière attentive et raisonnable, peuvent nous conduire à des idées d'ordre général.

Et c'est justement l'étude de la mode, ce phénomène considéré à tort comme « une manifestation négligeable, un caprice, « une perpétuelle fantaisie, un amusement passager de l'esprit », qui nous a fait comprendre clairement l'interdépendance des différents milieux et la diversité des situations dans le monde économique.

1. Germain Martin, *op cit.*

CHAPITRE II

De la lutte et de l'harmonie des intérêts du producteur et du consommateur.

Dans les différentes parties de cette étude, nous avons eu l'occasion d'insister, à maintes reprises, sur la lutte entre les intérêts du consommateur et du producteur. Souvent, par le jeu des forces économiques, s'établit une collaboration fortuite, suivie de ce que nous appellerions, une harmonie instable et passagère.

C'est un fait qui présente à nos yeux un intérêt considérable, car par le rythme qu'il impose à la vie économique, il transforme celle-ci, de son état statique en état dynamique. Aussi trouvons-nous utile d'y revenir, une fois de plus, car à la suite de la dernière analyse, nous allons nous rendre compte d'une manière plus précise de la force du consommateur, comme de ses faiblesses. Nous arriverons ainsi à caractériser d'une manière complète le rôle du consommateur dans l'économie moderne.

Dans tous les projets de reconstruction économique qui se firent jour depuis la guerre, en France, en Allemagne et ailleurs, la place assignée au consommateur montre d'une manière évidente, la force toute nouvelle de cet oublié. Commençons l'analyse de ces projets par ceux de France. Dans le Conseil Economique du travail — dont la création avait été décidée par le Congrès de la Confédération générale du Travail,

tenu à Lyon en septembre 1919 — les consommateurs sont représentés au même titre et en nombre égal à celui de la C. G. T., de la Fédération nationale des Fonctionnaires et de l'Union Syndicale des techniciens de l'Industrie, du Commerce et de l'Agriculture (Ustica).

De même, dans le Conseil de gestion de la régie des chemins de fer, on fait une place importante aux représentants des consommateurs et usagers délégués. On justifie la présence et l'admission des usagers dans le projet confédéral pour la bonne raison « qu'ils ont la notion exacte des besoins aux-
« quels doit répondre le service. Si ces besoins sont mal satis-
« faits, ils en souffrent personnellement ; ils pousseront donc
« énergiquement à l'amélioration continue du service ¹ ».

L'usager des services d'utilité commune se distingue donc, dans l'économie moderne, comme une catégorie nouvelle, qui n'est plus confondue parmi les autres agents. Il commence à prendre conscience et de sa valeur économique et de son importance intellectuelle et tend à devenir une réalité qui s'impose chaque jour davantage à l'attention soit de l'ouvrier, soit du technicien ou de l'administrateur.

Ainsi l'usager du chemin de fer, au cours du moindre voyage, est amené à faire des réflexions sur la façon dont l'horaire est constitué, dont les correspondances sont organisées, dont la propreté des gares est assurée. Il est ainsi le seul à dire, en connaissance de cause, les inconvénients, les défaillances et les manquements dans la marche des services. Aussi, il est le seul à dire s'il y a routine ou invention. Mais, par cela

1. Maxime Leroy. *Les techniques nouvelles du syndicalisme*, Garnier frères Paris 1921, p. 150.

même l'usager est un élément d'organisation, d'amélioration de progrès économique, en un mot.

Les droits de l'usager furent proclamés d'ailleurs explicitement en France, par la loi du 29 octobre 1921, sur les chemins de fer, qui prévoit 20 places sur 60, aux représentants des usagers dans « le *Conseil supérieur des réseaux* », et qui a pour mission de coordonner l'exploitation des chemins de fer avec les intérêts généraux du pays. Mais, si nous passons du consommateur lato sensu, qu'est généralement l'usager, au consommateur proprement dit, nous voyons la même préoccupation pour ses intérêts. Ainsi, en Allemagne on a émis même le vœu de l'organisation de Chambres de consommateurs.

Nous en parlerons au cours de ce chapitre. Il faut également rappeler que dans sa lutte contre le producteur, le consommateur trouve certaines barrières. Des accords entre lui et le producteur doivent intervenir, afin que la vie sociale puisse continuer. Le plus souvent, pour ne pas dire toujours, un tiers personnage s'insinue entre eux deux, pour recevoir les ordres, les désirs de l'un et les transmettre à l'autre.

C'est le marchand, qui par son intervention, arrive à fausser les rouages de la machine sociale, à rendre sa marche difficile, à l'alourdir. Des améliorations s'imposent donc, de ce côté aussi, pour le plus grand bien du consommateur et du producteur. La première, nous semble-t-il, serait l'organisation coopérative du commerce de détail. La noble et féconde idée du coopératisme doit pénétrer dans tous les éléments qui composent l'économie moderne. Méconnaître cette idée, ce serait vouloir perpétuer l'antagonisme. Ce n'est que de cette manière que l'harmonie s'établira comme une loi de suprême synthèse économique et sociale.

En effet, la force du consommateur se manifesta d'une manière plus marquée depuis la dernière guerre, qui fut à ce propos comme un réveil des forces cachées et insoupçonnées. La conscience des masses, réveillée par les sacrifices consentis par les privations sans nombre, s'habitue à regarder, à examiner les problèmes de répartition et de consommation avec plus de profondeur.

Les difficultés de l'approvisionnement, la rupture et la disparition même de quelques chaînons de la grande chaîne économique, qui reliaient les différents moments économiques en un tout harmonieux et cohérent, ont laissé apparaître les lueurs d'une conscience nouvelle dans chaque consommateur. Il fut le premier touché, par la catastrophe mondiale, dévoratrice des richesses, biens et services définitivement perdus pour l'emploi normal de la vie courante. Aussi il ne tarde point à manifester son changement de mentalité¹. Il veut exercer réellement son pouvoir, il veut faire entendre sa voix à côté d'autres facteurs économiques ménagés par une longue tradition. Dans le programme de socialisation d'Otto Bauer, qui fut incorporé d'ailleurs dans le manifeste électoral du parti socialiste chrétien, on assigne une place à part au consommateur.

« Chaque branche d'industrie socialisée serait administrée
« par un conseil d'administration complètement indépendant
« du gouvernement. » Ce conseil serait composé, pour un tiers,

1. Robert Schlösser *Konsumentenkammern* Denkschrift. Reichsverband deutscher Konsumvereine, Jena, 1916.

« Es ist unzweifelhaft, dass die Fragen des Konsums in Zukunft eine bedeutend grössere Rolle spielen werden als vor dem Kriege; denn als neuer Machtfaktor stieg aus dem wirtschaftlichen Chaos empor der Träger des Konsums, der Konsument.

de représentants de l'Etat, nommés par l'Assemblée nationale ; pour un tiers, de délégués des ouvriers employés et fonctionnaires de la branche d'industrie en question, élus par les organisations d'ouvriers et d'employés et pour le dernier tiers, de représentants de consommateurs. Dans le conseil d'administration des industries fabriquant des objets de consommation, ce seraient les associations de consommateurs qui enverraient des délégués¹. De même, dans les industries qui ne seraient pas mûres pour la socialisation et qui seraient organisées en syndicats obligatoires, les consommateurs auront un quart du nombre total des membres du Conseil d'Administration. Le projet d'Otto Bauer sert de modèle à tous les projets semblables qui virent le jour en Allemagne. Aucun n'oublie d'accorder au consommateur une place égale à celle du producteur, dans les conseils qui doivent diriger la production et la distribution.

Ainsi dans l'organisme économique qui devait réaliser la socialisation du charbon en Allemagne, connu sous le nom de « Deutsche Kohlen-gemein-Schaft » véritable sujet économique et juridique, les consommateurs sont représentés pour un quart (25 du nombre total de 100 membres qui composent le Reichskohlenrat).

Le socialisme de Guilde en Angleterre aspire à réaliser la démocratie économique par l'autonomie respective du producteur et du consommateur, En face des conseils qui dirigeraient les industries socialisées, il voudrait organiser un conseil spécial de consommateurs, avec un droit déterminé de veto².

1. Marcel Tardy : *Le problème de Socialisation en Allemagne* Rivière, Paris, 1921, p. 20-21.

2. Cole : *Chaos and order in industry* p. 59-60, cité par Tardy, *op. ind.*

Mais en Allemagne, on passa des simples projets à des véritables dispositions législatives. Ainsi dans la loi du 23 mars 1919 sur l'économie du charbon qui prévoit un Conseil d'empire composé de 589 représentants, les consommateurs détiennent 3 places : 2 sont occupées par les coopératives et l'autre par les consommateurs urbains. Il est parfaitement vrai que tous ces conseils et commissions, qui devaient faire vivre la socialisation se montrèrent des créations hybrides, complètement inactives et inefficaces.

Si dans la plupart des projets de reconstruction économique le consommateur se voit octroyé une importance qu'il n'avait pas avant la guerre, c'est que son effort d'organisation se fit sentir beaucoup plus qu'auparavant et révéla ainsi ce qu'il y a de force et de virtualités en lui.

C'est particulièrement en Allemagne, que les organisations de consommateurs furent les plus nombreuses, et les plus aptes à opposer leur politique à celle des producteurs ou des marchands.

A la date du 6 décembre 1914, il existait déjà 70 organisations de consommateurs qui formèrent un conseil central pour tout l'Empire. « *Kriegsausschuss für Konsumenteninteressen* » avec un nombre total de membres de 7 millions $1/2$ ce qui représentait $1/4$ de la population du Reich en comptant leurs familles. Elles se proposèrent comme tâche :

- a) de recueillir toutes propositions et réformes sur le terrain de l'alimentation du peuple et des besoins de masse;
- b) d'entreprendre l'information et l'éducation des consommateurs pour l'emploi rationnel des provisions;
- c) de représenter les intérêts des consommateurs auprès des autorités et pouvoirs publics;

d) de combattre la hausse des prix injustifiée.

Par leur propre organe « *Rundschau der deutschen Verbraucherbewegung* » elles ne cessèrent de remuer l'opinion publique en faveur des masses consommatrices. Elles réclamèrent en outre la création, des Chambres de consommateurs qui devraient contrebalancer la prépondérance injustifiée des producteurs, et rétablir l'équilibre entre les différents groupements économiques. Les Chambres de commerce ou de producteurs en général, n'ont qu'une pensée : atteindre des bénéfices chaque jour plus grands pour les produits fabriqués par leurs membres ; elles y sont bien obligées par le caractère unilatéral et partiel qui préside à leur composition.

Quant aux Chambres de travail, dit-on, elles ne veulent jamais s'occuper que du sort du travailleur manuel. Le petit fonctionnaire, ou rentier, le retraité, les gens des classes moyennes, en tant que consommateurs, ne les ont jamais préoccupées.

La création donc de cet organisme qui aura à cœur de se vouer exclusivement à la défense du consommateur s'impose plus que jamais, car ses intérêts s'élargissent chaque jour davantage, avec le mouvement des échanges. Ils embrassent des domaines vraiment considérables ¹.

Mais avant tout les Chambres de consommateurs doivent lutter et répudier avec la dernière énergie tous ces droits de douane institués le plus souvent, en faveur d'une catégorie ou groupement de producteurs pour leur assurer des débouchés

1. Robert Schloesser, *op. cit.* : « Konsumenteninteressen in weitesten Sinne des Wortes; nicht nur in bezug auf Nahrungsmittel, Beleuchtung, Heizung, Bekleidung u. s. w. sondern auch in bezug auf Wohnungswesen, Verkehrswesen und die Benutzung öffentlicher Unternehmungen und Anstalten als Konsument überhaupt, p. 11.

internes faciles et des profits sûrs, étant donné le manque d'organisation des consommateurs.

Les Chambres de consommateurs obligeraient ainsi les pouvoirs publics à changer leur politique démagogique à l'égard des producteurs, et contribueraient de la sorte, à l'assainissement et à la moralisation de l'économie nationale.

Nous n'entrerons point dans la description des modes possibles d'organisation de cette institution, mais nous la regardons comme une suggestion féconde et très utile pour les intérêts du consommateur moderne et qui mérite bien d'être reprise un jour.

Nous parlions précédemment de la force du consommateur et nous montrions justement quelques exemples propres à faire ressortir l'existence de celle-ci. Mais il y a un fait, qui nous montre cette force collective plus évidente encore. Nous voulons parler des grèves ou plutôt du mythe de la grève générale. C'est au consommateur en premier titre qu'on doit l'écrasement définitif de cet engin du syndicalisme révolutionnaire. En effet, l'époque d'après-guerre devint extrêmement pénible par les menaces révolutionnaires d'arrêt de tout travail. Par la spécialisation excessive, conséquence de la division du travail social, l'économie moderne devient plus compliquée que jamais, et dépendante du moindre rouage de la machine sociale. Dans ces conditions une grève générale ne signifie rien de moins, que la mort d'une nation. La grève générale fut évitée, par l'attitude résolue du consommateur, véritable défenseur de la société et du progrès. Les tentatives essayées, ces toutes dernières années, en France, en Allemagne, ou en Angleterre, se brisèrent devant la résistance organisée des consommateurs.

On connaît l'activité de ces formations de volontaires, appartenant à toutes les classes de la société et dont on ne dira jamais trop le bien qu'elles ont fait pour l'ordre et la civilisation.

Mais de tout cela nous voulons retenir une chose, à savoir : que la force du consommateur n'est point une légende, que c'est une réalité bien vivante, et que l'intérêt social exige que cette force soit organisée et utilisée pour le plus grand bien de l'économie nationale. Après avoir examiné les différents organismes par lesquels se manifeste la force du consommateur au sein de l'économie, il nous reste encore à rappeler brièvement les tares et faiblesses de ce même personnage.

Ces faiblesses ont à la base un fait d'ordre psychologique.

En psychologie le stable déplace toujours l'instable, le simple a toujours raison du multiple, du complexe. Or, si le producteur est souvent le plus fort et le consommateur le plus faible, c'est le premier qui est toujours l'homme d'un intérêt bien déterminé, invariablement le même, intérêt qui se confond avec un métier, profession, catégorie d'effort, tandis que le consommateur c'est un desaxé avec des intérêts multiples qui se ramifient vers autant de producteurs que de consommations lui sont nécessaires. Combattant contre tant d'adversaires et sur des fronts si nombreux, sa force de résistance s'émousse; naturellement, elle est autrement inférieure à celle du producteur — dans leur corps à corps sur le marché. A la solide organisation du premier, le consommateur n'oppose le plus souvent qu'un déplorable atomisme économique, et qui lui nuit gravement. Il est vrai, qu'en désespoir de cause, le consommateur oublie de prendre la véritable route du salut, il réclame énergiquement l'intervention de l'Etat en sa faveur,

Certes, nous n'avons nullement l'intention de méconnaître le rôle de l'Etat. Il reste fécond pour coordonner les efforts privés et dans certains cas il doit établir un minimum de protection et même d'avantages indispensables. Mais dans notre pensée il doit être limité, circonspect, car il ne faut jamais détruire les ressorts de l'activité individualiste, garantie fondamentale de tout progrès dans l'avenir. L'immixtion trop accentuée de l'Etat dans les rapports économiques est une grave erreur, car on instaure de la sorte un régime de contrainte, hérissé d'embûches administratives, de formalisme bureaucratique, de corruption et de mercantilisme odieux. (La politique suivie pendant la période de guerre fut une nécessité et une exception). Le consommateur doit chercher le salut par lui-même, sinon tout interventionisme en sa faveur se soldera toujours par des mécomptes. D'ailleurs l'étatisme économique commence à perdre de son ancien prestige aux yeux des socialistes eux-mêmes. La preuve en est fournie notamment par tous les projets de socialisation, où les adeptes socialistes sont unanimes à condamner toute exploitation économique par l'Etat.

Ainsi le consommateur doit avant tout user des forces considérables mises à sa disposition par le coopératisme dont nous avons analysé ailleurs les heureux et féconds résultats. De cette manière la force jaillissante de l'initiative privée, la compétition des individus sauront s'incliner devant la conscience sociale. C'est le seul moyen capable, à notre avis, de discipliner les mobiles individualistes de toute action économique, et de mutualiser, d'harmoniser les efforts du producteur et du consommateur. Régime de liberté en un mot, mais sous la réserve des obligations sociales.

M. Cestre, dans un livre récent sur l'*Usine et l'Habitation Ouvrière aux Etats-Unis* nous cite des cas précis d'ententes entre les consommateurs et les producteurs.

Ainsi, l'United Shoe Machinery Co, qui a révolutionné l'industrie de la chaussure n'accepte pas de vendre ses machines, elle les loue seulement à redevance, non pas comme il semble à première vue, par égoïsme commercial, mais pour faire profiter ses clients des améliorations incessantes; elle se fait rétribuer au prorata du rendement des machines, liant ainsi son propre intérêt à celui de ses clients.

Mais l'exemple de l'Usine d'automobiles Henry Ford à Détroit, met en évidence d'une manière plus éclatante encore, les résultats vraiment extraordinaires, auxquels on peut arriver par ces formes d'ententes entre consommateurs et producteurs.

Tout le succès prodigieux de cette entreprise tient non seulement dans la parfaite coordination de tous les facteurs du succès industriel, mais surtout, dans l'étroite association des consommateurs à la prospérité de l'entreprise.

Ayant atteint le chiffre de 400.000 ventes par an, M. Ford annonça que, s'il augmentait sa vente de 100.000 voitures, il en diminuerait le prix de 50 dollars (sur 400) et que tous les acheteurs de l'année seraient remboursés de 50 dollars. L'augmentation désirée ayant été atteinte, les promesses furent tenues. L'année suivante, même boni annoncé aux acheteurs et de plus, augmentation du salaire minimum des ouvriers ².

1. Charles Cestre : *L'Usine et l'Habitation ouvrière aux Etats-Unis*, E. Leroux, Paris 1921.

2. Ch. Cestre, *op. cit.*, p. 10-11.

Ainsi l'Amérique qui fut le premier pays du monde à comprendre l'étendue des bénéfices résultant de l'harmonie entre le capital et le travail, fut aussi le premier à réaliser l'harmonie entre le producteur et le consommateur, par des ententes ingénieuses comme celles que nous venons de rappeler. Mais comme nous le disions au commencement de ce chapitre, en parlant des accords possibles, des ententes intervenues entre le consommateur et le producteur, il ne faut pas oublier l'existence de ce tiers qui s'insinue entre eux deux et qui s'appelle le marchand. Nous n'avons pas l'intention d'analyser dans ce qui suit, l'utilité ou l'inutilité sociale des commerçants. Les opinions à ce propos sont bien partagées et l'accord est des plus difficiles à établir dans une matière semblable. Lexis et Hasbach¹, tout en concevant que par le fait des avances payées au fabricant, pour des marchandises qu'il ne vendra que quelque temps après, le commerçant entretient le cours de la vie économique, s'accordent à reprocher au commerce les méfaits dus à son interposition coûteuse entre le producteur et le consommateur. Il exercerait de la sorte une véritable pression sur les prix, aiguiserait l'apposition entre les entrepreneurs et les ouvriers. Ceux-là deviennent moins capables de consommation. Leur pouvoir d'achat étant diminué pour le moment, il s'ensuit nécessairement une diminution de la demande de marchandises produites. Il résulte donc que le commerce tient entre ses mains, l'existence d'un grand nombre d'entreprises et peut diriger à son gré le mouvement de la production.

Tout cela est parfaitement vrai, mais ce qui nous intéresse en ce moment, c'est de chercher une solution, qui en améliorant les procédés du commerce de détail, améliorerait par là

1. W. Hasbach. *Güterverzehrung und Güterhervorbringung*, Fixter, Iena.

la vie même du consommateur. Et nous ne voyons cette solution que dans l'organisation coopérative de consommation de détail. Ce n'est point le salut de petit commerce qui nous préoccupe, car nous ne sommes pas enclin à y voir une merveilleuse école pour l'éducation de l'intelligence et du caractère à l'instar de M. E. Martin St-Léon¹.

Il faut les garder, il faut les encourager, ces petits commerçants, intéressants par leur vie indépendante, eux qui n'ont jamais à s'incliner devant une volonté étrangère. nous dit M. Martin St-Léon, « Et ne pas porter collier c'est bien quelque chose ». Parfaitement, mais il faut juger une catégorie sociale et la placer dans la hiérarchie des valeurs d'après le critérium de l'utilité sociale, de l'utilité économique permanente. Et il faut tenir également compte des réalités actuelles. Voilà le problème. Or, que voyons-nous? Que d'un côté le grand magasin, ou le magasin à succursales multiples, se développe un peu partout, que la concentration s'effectue d'une manière continue et sur grande échelle. et que de l'autre côté le coopératisme tend à gagner du terrain, à s'étendre, à se consolider. Pris entre des feux convergents, le commerce de détail doit se réformer pour ne pas succomber. En effet, le petit commerce de détail est un moyen de distribution coûteux, dispendieux, beaucoup moins économique que le grand magasin.

La charge du loyer, les frais généraux, le coulage, les déperditions sont beaucoup plus grands pour le petit commerce de détail, que pour le commerce concentré. Le commerçant de détail achète toujours cher par l'entremise du commerce de

1, Et Martin-St-Léon : *Le petit commerçant français*, 2^e édit. V Lecoiffre, Paris 1911, p. 94.

gros ; il ne parvient que difficilement à écouler ses marchandises, il renouvelle son stock assez rarement, et devient ainsi un obstacle constant à la juxtaposition des prix de détail sur les prix de gros. Le consommateur n'arrive jamais à profiter des variations des prix de gros à la baisse ; il n'arrive jamais à toucher une rente. Il faut reconnaître que les responsabilités du commerce de détail ne sont point méprisables, et que les conséquences pour le consommateur sont plutôt fâcheuses. Aussi il importe grandement, en attendant qu'un jour le coopératisme arrive à supprimer ce parasite économique, que le commerce de détail s'assouplisse, et qu'il se pénètre des nouvelles méthodes qui ont fait le succès éclatant de ses adversaires.

Une de ces méthodes ce serait, en effet, l'achat en commun, le groupement des commandes et l'achat direct au fabricant, au producteur lui-même. Les marchandises ainsi commandées sont nettement spécifiées et le prix d'achat est calculé avec la dernière rigueur, de manière à ne laisser au fournisseur que le bénéfice le plus minime.

Il est vrai que dans les milieux intéressés, on a argué contre l'achat en commun qu'il ne ferait rien de moins, que détruire l'initiative et l'indépendance du marchand, que le souci du bon marché sacrifierait volontiers la qualité et qu'enfin, le système n'aboutirait qu'à la ruine de la petite industrie, s'adressant pour cette sorte d'achats de préférence aux grandes firmes.

A notre avis, rien de moins fondé que ces critiques. Car ne pas suivre la route tracée déjà par le grand magasin et la coopérative, c'est se déclarer ouvertement partisan de la vie chère, c'est vouloir le maintien de tous les intermédiaires inutiles et

parasitaires, qui encombrant le mécanisme de la distribution des biens.

Et alors, l'achat en commun est-il donc possible?

Certainement pas pour toutes sortes de produits. Les objets exposés à un dépérissement rapide, les étoffes d'ameublement, les fantaisies pour vêtements, enfin les modes, ne pourraient faire l'objet d'un achat en commun. Il y a une certaine marge de liberté et d'initiative du marchand qui doit jouer normalement mais si l'achat en commun n'a pas pu se généraliser, c'est surtout à cause des préjugés, et d'un individualisme borné et opiniâtre, routinier et terre à terre.

La forme juridique sous laquelle l'achat en commun pourrait être organisé est assez variée. Le détaillant n'aurait que l'embarras du choix.

Il y a l'association ou participation, la communauté par actions, la société anonyme ordinaire (à capital fixe), et la société anonyme à capital et personnel variable. Mais de toutes ces formes, l'expérience semble avoir donné raison à la société anonyme à capital et personnel variable.

« Elle paraît être la forme la mieux appropriée au but pour-
« suivi par les commerçants acheteurs en commun. La res-
« ponsabilité de chaque sociétaire y est limitée au montant
« de sa mise, ce qui inspire confiance et facilite les adhésions »¹.

Ces associations d'achats en commun sont assez nombreuses en Allemagne; les plus puissantes seraient la « *Erwerb und Wirtschaft Genossenschaft von Weimar* », l'association d'achat d'Eisnach, et celle des horlogers berlinois. Les cordonniers en possèdent déjà 48, les boulangers 35 et les tailleurs 43.

1. Et. Martin-St-Léon, *op. cit.*, p. 200.

En France fut créée en 1899 la Société auxiliaire de l'Alimentation connue plus particulièrement sous le nom « Sadla » et qui réunit déjà 800 adhérents. Elle a organisé un entrepôt où sont conservées les marchandises acquises en gros et destinées à être revendues à ses sociétaires. De même, différentes corporations comme celle des pâtisseries, des confiseurs, des chocolatiers et des charcutiers organisèrent avec beaucoup de succès l'achat en commun ; celle des charcutiers notamment faisait un chiffre d'affaires de plus de 2 millions par an, (avant la guerre) et distribuait à ses adhérents chaque semestre une ristourne de 4 à 5 % sur les prix de livraison, ce qui les rendaient capables d'abaisser leurs prix de vente jusqu'à 10 p. cent.

Il résulte de ces expériences, qui furent tentées en France comme en Allemagne que l'achat en commun est appelé à rendre des services signalés tant au commerce du détail qu'au consommateur lui-même — par l'abaissement des prix de vente et la suppression d'une catégorie au moins d'intermédiaires. Mais si nous recommandons l'organisation coopérative du commerce de détail ce n'est pas avec la pensée de sauvegarder — et d'assurer son existence. Pour nous le petit commerce de détail, tant qu'il ne se modernise, est une institution condamnée et qui mérite bien de l'être. Car quoi qu'on dise et quoi qu'on fasse, il a contre lui, la marche inéluctable du progrès économique, les lois fatales du développement des sociétés humaines.

Certes, « dans la nature il y a place pour tous les êtres et pour tous les organismes, pour la graminée comme pour le cèdre,

1. Et. Martin-St-Léon, *op. cit.*, p. 207.

pour la fourmi comme pour l'aigle » et si la valeur ne se mesure pas à la taille elle se mesure certainement au degré d'utilité sociale.

Or, le petit commerce est rétrograde, coûteux, souvent faussaire, presque toujours inutile. Il immobilise une quantité considérable de bras et de forces humaines et les soustrait au travail vraiment créateur d'utilités sociales.

Condamné par le besoin de simplification des rouages économiques, il est appelé à disparaître un jour, écrasé par les deux forces déjà considérables et antagonistes, le grand magasin et la coopérative. Les paroles prononcées par M. Wandervelde à cet égard sont tout à fait justes : « Le petit commerce, dit-il, est par excellence le refuge des éclopés du capitalisme, de tous ceux qui préfèrent au dur labeur de la production le maigre grapillage de l'intermédiaire, ou qui ne trouvant plus un revenu suffisant dans l'industrie ou dans l'agriculture éprouvent le besoin d'ajouter une corde à leur arc ».

1. Em. Wandervelde. *« Le collectivisme et l'évolution industrielle »*, Bibliothèque socialiste, p. 2-4. Paris, 1904, p. 55.

CHAPITRE III

Le règne du consommateur est-il souhaitable ?

— — —

M. Charles Gide dans ses brillantes conférences de propagande sur le coopératisme, comme dans ses articles de revue ou livres, se plaît toujours à proclamer, non seulement l'excellence, mais le prochain avènement du règne du consommateur. Depuis lors le terme fut consacré et il resta comme un article de foi immuable, comme un dogme intangible pour tous ceux qui communient dans la religion du consommateur.

Tâchons de voir ce que contient ce terme, cette expression de « *règne du consommateur* ».

Et avant même de formuler des vœux quant à son avènement, donnons-nous la peine d'en trouver le sens.

Pour nous, le règne du consommateur est avant tout un reproche et une réhabilitation.

C'est un reproche adressé à l'économie classique, comme à l'économie libérale, qui, sous couleur de reconnaître dans la libre concurrence, la suprême loi économique, et la sauvegarde souveraine de l'intérêt du consommateur, ne faisaient rien d'autre que le jeu hypocrite des producteurs. Ce reproche est parfaitement justifié, car somme toute, la plupart des économistes n'ont étudié jusqu'aux toutes dernières années, qu'exclusivement la production et le producteur. Peut-être à l'heure actuelle ce reproche est-il moins fondé car, comme M. Gide le

dit « ils sont aujourd'hui généralement d'accord pour reconnaître qu'ils avaient fait fausse route et que ce sont les phénomènes et les lois de la consommation qui constituent la clé de la science » ¹.

Il est une réhabilitation; le consommateur doit cesser de figurer le frelon, ou l'estomac, dans l'ensemble économique en plein travail. Comme nous le disions déjà dès la première page de notre travail, il faut que tout sens péjoratif disparaisse, soit disjoint de la notion de consommation et que la fonction du consommateur ne soit plus considérée comme une fonction parasitaire et nuisible.

Il ne faut pas oublier d'autre part que s'il y a un but final dans le monde économique, une conclusion logique des efforts les plus divers dans le processus de la production et de l'échange, ce n'est que la consommation, la satisfaction des besoins humains les plus divers.

Donc, le traitement qu'on lui infligea jusqu'aux derniers temps, n'est point scientifique, encore moins empreint de sincérité.

Il y avait quelque chose comme une fausse honte d'en parler, aussi s'empressa-t-on, ou de l'ignorer, ou de l'exclure du domaine de l'économie politique. Le « règne du consommateur » dans notre pensée, doit être la réaction énergique contre de pareils agissements, contre des attitudes anti-scientifiques. C'est la restauration du consommateur dans ses droits, mais rien de plus. Son règne ne doit pas aller plus loin. Le consommateur n'a pas à chercher dans les autres personnages économiques des subalternes, des subordonnés, mais au contraire

1. Charles Gide, « Coopération », p. 247.

des collaborateurs. Ses intérêts doivent s'harmoniser, mais ne doivent point empiéter sur ceux du producteur, ou de l'entrepreneur, qui sont aussi légitimes que les siens.

Par là, nous voulons nous séparer nettement de tous ceux qui veulent remplacer la prépondérance du producteur par celle du consommateur. On ne ferait, somme toute, que changer de tyrannie, et perpétuer un combat meurtrier où les meilleures forces du régime économique seraient gaspillées inutilement.

Certes le monde est encore organisé en vue de la production, en vue uniquement du profit; le véritable critérium, le seul qui devrait guider l'activité de tout producteur et de tout entrepreneur, est généralement laissé au second plan. Et si l'on ajoute que l'Etat met sa force écrasante, le plus souvent, au service particulier des producteurs et que sous la poussée de la démocratie et du parlementarisme cette fâcheuse tendance n'a fait que trop s'accroître, il est compréhensible, qu'une violente réaction se dresse et qu'on tombe dans l'excès contraire.

Mais nous ne voulons pas aller aux exagérations, car nous sommes convaincus que la vérité cotoie rarement les extrêmes.

Le chemin de la vérité, ce n'est que le juste milieu, et la tendance à l'équilibre ne peut être que le résultat d'un régime loyal d'échange. Et alors, l'on se rend compte qu'il y a substratum moral, sur lequel repose en dernière analyse, toute l'activité économique.

C'est à ce substratum moral, mis en évidence si heureusement par l'école psychologique autrichienne et américaine, que l'économiste devra s'arrêter comme sur un roc ferme et inébranlable au milieu des vagues de la mer en tempête.

Donc l'examen seul de cet aspect moral de la question

nous conduira à la compréhension véritable, totale, de ce qu'on appelle le « *règne du consommateur*. »

En effet, si l'on y attache le sens que nous signalions à savoir la collaboration étroite, harmonieuse de tous les acteurs économiques, l'interdépendance, la solidarité en vue de l'intérêt général, le règne du consommateur est plus que souhaitable.

Mais avant tout, ce règne du consommateur est-il possible?

Ne sommes-nous pas en présence d'une de ces belles chimères, créée par l'imagination féconde des faiseurs de rêves, de constructeurs d'utopies jamais réalisées? Voilà le problème.

Nous croyons que le règne du consommateur avec le sens que nous lui accordons, sera un jour une réalité vivante.

Certes ce jour n'est pas encore proche, car ce n'est pas à l'invocation seule des économistes, que l'aube des temps meilleurs se sera levée, comme le soleil à l'appel de Chantecler.

Il faut pour cela, qu'une foule de notions disparues, à cause de la guerre, ou pas encore entrées dans la conscience des hommes, reprennent leur place. Il faut que bon nombre de ces notions se redressent. Il faut que les déplacements de condition sociale, que les mouvements en haut et en bas, qui se produisent en tout temps, et qui sont inhérents à la variabilité de la condition humaine, se ralentissent, et qu'un peu de stabilité revienne à l'intérieur de l'organisme social, détraqué par la guerre.

Ainsi la notion du juste prix a presque disparu de la conscience collective. Elle n'existe nulle part. C'est une triste constatation que nous sommes obligés de faire, mais les faits sont là pour attester toute la véracité de cette affirmation.

Il importe avant tout que l'éducation sociale de toutes les classes ramène dans les esprits, le sentiment, aujourd'hui, disparu, la responsabilité sociale de chacun.

La guerre fut à ce propos, une grande semeuse de choses et de sentiments contradictoires. Elle fut comme une vague de fond, qui débrida de forts vilains sentiments, comme elle donna carrière aux plus hautes virtualités de l'âme humaine. Elle excita de très nobles passions, elle exalta de l'héroïsme, mais elle déchaîna de fort mauvaises choses, cachées au fond de l'âme humaine comme la vase au fond des eaux et que le cyclone fait monter à la surface des vagues.

Il importe donc que le souffle moralisateur de la paix brise toutes les résistances, tous les obstacles semés par l'âpre recherche du gain. Il faut que la fausse conception d'après laquelle l'Economie Politique ne doit s'occuper que de l'accroissement de la richesse matérielle, disparaisse. Elle doit disparaître, pour ne pas encourir ce qualificatif « de *dismalscience* » que Carlyle lui jetait comme un blasphème du haut de sa conscience chrétienne. Il le faut car la richesse matérielle, ne peut avoir un autre support que la richesse morale, sans cela elle s'écroule honteusement. La morale sociale a son mot à dire, son jugement fort sévère à porter. Elle s'impose à la conscience individuelle aussi bien qu'à la conscience collective, et elle n'est somme toute, qu'une organisation, une hiérarchie des valeurs. Elle établit que la suprême valeur dans l'ensemble des valeurs, c'est la vie spirituelle de l'homme. Elle enseigne également que la richesse n'est point une fin suffisante en elle-même, qu'au contraire ce n'est qu'un moyen, l'instrument dont l'homme se sert pour réaliser le maximum de bien-être.

Il s'ensuit donc que la loi morale ne peut être chassée du domaine de l'économie politique, sans que la belle harmonie de cette discipline disparaisse irrémédiablement. Et la preuve ne l'avons-nous pas sous les yeux? Car, de quoi dépend en grande partie l'efficacité de tous les remèdes économiques? La réussite des restrictions, des taxes et de bien d'autres mesures, n'est-elle pas déterminée somme toute, par l'état de la conscience publique? Or, cette conscience publique souffre de maux très profonds et très graves.

Redresser, refaire cette conscience, c'est une œuvre de longue haleine, de longue patience qui demandera beaucoup d'efforts et de sacrifices.

Avant tout, il faut rétablir dans le monde économique, les valeurs qui ne se chiffrent pas, mais qui sont les seules capables d'assurer l'équilibre social et la permanence du progrès.

Et cela ne pourra être réalisé que le jour où le règne du consommateur tel que nous l'avons défini, deviendra une réalité économique. A la place d'une économie âpre au gain, dont l'unique idéal serait la recherche du profit, il faut substituer une économie nouvelle, avec un régime loyal d'échange, imprégnée de sentiments humanitaires et qui réaliserait la collaboration aussi étroite que féconde entre le consommateur et le producteur.

Il ne faut pas oublier surtout les leçons de la guerre. Si d'un côté, elle travailla à la démoralisation générale, par l'édification rapide et scandaleuse, de fortunes souvent douteuses, il n'en reste pas moins vrai, que les masses ont pris conscience et de leur force et de leurs droits.

Elle sont beaucoup plus exigeantes et leur sens de justice,

beaucoup plus sensible. Il faut donc moraliser la vie économique sous le coup des sanctions très graves, qui ne tardent jamais à arriver autant pour les individus que pour les nations.

« Il faut que les activités s'égrènent, se commandent, se distribuent en fonction l'une de l'autre, se tempèrent mutuellement.

« La prospérité de l'ensemble prime les réussites particulières, qui n'ont droit à se produire qu'autant qu'elles servent le bien public. Il serait déplorable de voir s'établir l'uniformité dans la médiocrité.

« A l'individualisme intempérent, effréné, féodal, qui a duré trop longtemps, il faut substituer la conception articulée, *interdépendante*, *solidariste* de l'*individualisme organique*¹ ».

1. Charles Cestre, *Production Industrielle et Justice sociale en Amérique*, Garnier, frères, Paris, 1921, Introduction, p. 22.

CONCLUSIONS

Arrivés au terme de l'étude que nous avons entreprise sur le rôle du consommateur dans l'économie moderne, nous sommes à même de tirer plusieurs conclusions utiles :

I. — La première question que nous avons voulu mettre en lumière, et qui est surtout une question d'ordre doctrinal, c'est que l'exclusion de la consommation du cadre de la science économique ne peut persister, qu'au détriment de l'exactitude scientifique et qu'au contraire elle doit rester comme partie essentielle de cette discipline.

En même temps, la notion de consommation doit être débarrassée du sens péjoratif qu'une analyse aussi incomplète que superficielle lui a attribuée à tort jusqu'à présent.

II. — La complexité du monde économique étant telle qu'on a les plus grandes difficultés à distinguer entre les deux phénomènes unis par des rapports de corrélation, lequel est véritablement et uniquement antécédent et lequel est subséquent. Nous ne voyons l'issue de cette impasse, qu'en remplaçant le système de corrélation causale, par le système fonctionnel, beaucoup plus près de la vérité.

Aussi comprenons-nous la consommation comme un acte fonctionnel; car pour nous, l'Economie politique ne peut

garder uniquement le « caractère d'une sorte de mécanique supérieure qui établit une statistique éternelle indépendante des mouvements de l'opinion¹ ».

III. — L'analyse des phénomènes de consommation et du rôle du consommateur dans l'économie du Moyen-Age et des temps modernes nous a conduits à une compréhension plus large et plus complète de la vie économique.

Il ressort, de l'étude comparative de ces deux économies des caractéristiques nettes et bien distinctes. La première nous semble éminemment statique et la seconde dynamique.

La première, se caractérise par la prédominance de la coutume, la seconde par l'empire de la mode.

L'une est empirique, traditionnelle, immobile, l'autre est exclusivement mobile, en un mot évolutionniste. Dans cette économie primitive le rôle du consommateur est constamment passif, tandis que dans l'économie moderne il est tour à tour actif et passif.

IV. — L'économie classique a tenu trop longtemps pour négligeables les phénomènes de consommation; elle a accordé toute son attention au producteur, et dans cette étude nous nous sommes efforcés d'expliquer la cause de cette prépondérance, souvent injustifiée à nos yeux.

On trouverait une explication à cet état d'esprit, dans la tendance à la conjonction des valeurs. En effet, nombreux sont ceux qui croient le producteur capable, non seulement de multiplier les valeurs matérielles, mais encore de régénérer le monde des valeurs morales par l'organisation de la production. C'est peut-être la façon la plus véridique d'expliquer la faveur

1. C. Bouglé : *Leçons de sociologie sur l'Evolution des valeurs. Valeurs économiques et valeurs idéales*. Colin Paris, 1922, p. 99-100.

constante dont le producteur a joui auprès de l'opinion publique, et la défaveur du consommateur.

V. — L'économie moderne réagit à son tour et un des premiers effets c'est la réhabilitation du consommateur.

De l'analyse que nous avons entreprise sur les principales doctrines françaises, le mérite de cette réhabilitation en ressort clairement.

Fourier, l'adversaire implacable des intermédiaires, le Père du Phalanstère, met la consommation au seuil même de toute organisation sociale. L'école de Le Play, le solidarisme, et le coopératisme de l'école de Nîmes, continuèrent cet effort doctrinal en faveur du consommateur, qui caractérise si profondément l'école française. Car il est légitime d'affirmer, qu'en France, des économistes de formations très différentes, ont eu un caractère commun, une préoccupation constante de mettre en valeur le rôle du consommateur dans l'ensemble de la vie économique. L'école trouva l'instrument pratique de cette défense dans l'association, et plus particulièrement dans la coopérative de consommation.

Nous avons voulu, dans cette première partie, qui traite de l'évolution des faits et des doctrines, mettre surtout en relief, les corrélations, les parentés des différents groupes de l'école française, en ce qui concerne le consommateur, et la place éminente occupée par M. Charles Gide, véritable trait d'union entre le solidarisme et le coopératisme.

VI. — La politique du consommateur moderne est forcément une politique anti-individualiste. A la libre concurrence, à la lutte pour la vie il s'agit de substituer l'union, l'association pour la vie. La mise en œuvre de cette nouvelle doctrine nous la voyons justement dans la coopérative de consommation.

Nous avons exposé ce que cette institution contient de force d'expansion et de protection pour le consommateur moderne. Mais, si nous rendons pleine justice à son travail réel d'amélioration en faveur du consommateur, nous nous refusons d'épouser les espoirs excessifs de certains protagonistes du coopératisme.

VII. — La coopérative de consommation nous conduit fatalement à discuter sur le sort du petit commerce.

Quelle est notre attitude devant ce problème? Elle est celle professée par les Fourier, par les Charles Gide et tous les coopératistes en général. Pour nous, le petit commerce doit disparaître, car les lois économiques l'y condamnent irrémédiablement. Nous ne dissimulons point notre pensée à ce propos.

On n'ignore pas, d'ailleurs, que le petit commerce est une force de stabilité sociale et qu'il est la première étape que d'humbles ouvriers doivent franchir pour arriver dans les rangs de la bourgeoisie. Mais les désavantages pour le consommateur, la déperdition d'énergie humaine et de force de travail pour l'ensemble de la société, sont de beaucoup plus importants que les avantages invoqués.

Certes, la libre concurrence ne peut pas nous satisfaire ainsi qu'elle est pratiquée actuellement. Sans toucher aux ressorts de l'activité individuelle, et compromettre par là toute possibilité de progrès, il s'agit de moraliser la vie économique. La nouvelle politique que nous préconisons, par le consommateur et pour lui, sera il nous semble, un élément de moralisation sociale et d'amélioration économique.

VIII. — En nous occupant des réalisations en faveur du consommateur, nous avons insisté particulièrement sur les besoins d'une éducation économique, plus développée, à

l'usage de ce dernier. A ce propos, le rôle des ligues sociales d'acheteurs est des plus importants.

Il est vrai qu'originellement organismes de défense du travailleur, elles ont dû changer de sujet, sous les influences de la guerre. Celui qu'elles doivent défendre sera dorénavant et pour longtemps peut-être, le consommateur.

Les renseignements donnés par la presse, la publication des statistiques officielles sur les prix de gros et de détail sont des mesures excellentes et qui doivent se généraliser pour le plus grand bien du consommateur. Nous avons constaté l'effort fourni à ce propos par les autorités publiques et nous avons eu une preuve de plus de l'attention soulevée par le consommateur moderne.

IX. — Mais la guerre, avec ses nécessités considérables d'approvisionnements a donné un regain d'actualité à l'action communale et étatiste dans le domaine de la consommation.

Des expériences nombreuses eurent lieu aussi bien en France qu'à l'étranger. Les résultats pour le consommateur furent loin d'être médiocres ; il s'ensuit que même sur ce point le mépris de l'école libérale pour toute action communale ou exploitation en régie est sujet à révision. Des expériences comme celle de la ville de Lyon, de la ville de Montpellier, ou de Strasbourg, pendant la guerre, sont absolument concluantes, et le consommateur n'a qu'à y gagner.

Par contre l'intervention de l'Etat dans le domaine de la consommation, soit par l'approvisionnement, soit par la taxation ne fut pas exempte de très graves erreurs et si elle fut absolument nécessaire, elle ne fut pas toujours heureuse. Car cette intervention de l'Etat conduisit notamment à la politique des consortiums, dont nous n'avons pas caché les abus

ni les inconvénients pour l'économie du pays. Le consommateur n'a pas toujours payé le juste prix. La politique des consortiums ne fut pas une politique de bon marché.

X. — Mais le gouvernement crut, qu'il se devait à lui-même, non seulement d'approvisionner le consommateur, mais encore de le protéger sur le marché dans le débat ouvert entre lui et le producteur en ce qui concerne les prix des choses.

C'est la taxation, la fixation des « maxima » Ce but assigné à cette politique de défense du consommateur, ne fut atteint que tout à fait partiellement, car les résultats d'ensemble furent très médiocres.

XI. — Sous les impulsions de l'école psychologique, qui place la valeur dans le désir de l'homme et non dans les choses, la situation réciproque du producteur et du consommateur change du tout au tout. On reconnaît une mission productrice au consommateur, il cesse de représenter uniquement l'élément passif. La fixité des situations fait place à la mobilité des attitudes, à la diversité des rôles, qu'implique le dynamisme de l'économie moderne.

La place du consommateur dans la structure économique moderne, nous apparaît ainsi autrement importante et son rôle beaucoup plus actif qu'on ne le croit généralement.

La crise économique de 1920 nous fournit à ce propos un exemple des plus convaincants.

Grâce à l'analyse psychologique des phénomènes de mode, faite par d'éminents économistes et sociologues de l'école française, nous avons pu voir comment s'effectue dans l'ordre économique la collaboration aussi étroite que possible entre le producteur et le consommateur, et l'interdépendance des différents milieux,

XII. — En analysant les projets de reconstruction économique qui virent le jour après la guerre, un peu partout, nous avons constaté comment la force du consommateur, sa réalité économique venaient d'être proclamées, dans des textes législatifs.

L'introduction de l'usager dans les différents conseils et comités d'exploitation des moyens de transport, est à cet égard, de la plus haute signification.

Mais si nous approuvons sans restriction aucune, toute mesure qui tend à fortifier le consommateur et à le défendre, nous ne pouvons pas donner notre adhésion complète à ceux des économistes qui rêvent, d'un règne du consommateur.

Nous sommes peu enclins à croire, que l'économie moderne trouvera son équilibre en changeant la tyrannie du producteur pour celle du consommateur. On nous objectera que l'intérêt du consommateur se confond avec l'intérêt général. Parfaitement vrai. Mais en fait, la tyrannie aboutit toujours à une exploitation. Notre idéal économique est ailleurs ; il est dans l'étroite collaboration de tous les facteurs économiques, dans l'harmonie des intérêts, pour la sauvegarde de deux principes supérieurs à tous les autres : le progrès économique et la justice sociale qui permettent aux élites de jouer leur rôle et n'excluent que les inutiles et les parasites dangereux.

Vu :

Le Doyen,

F. LARNAUDE

Vu et lu :

Le président de la thèse,

G. MARTIN

Vu et permis d'imprimer :

*Le Recteur de l'Académie
de Paris,*

APPELL.

TABLE DES MATIÈRES

Bibliographie	7
Avant-Propos	13
Introduction	15

PREMIERE PARTIE

L'Evolution des faits et des doctrines

CHAPITRE PREMIER : <i>L'exiguité du marché au Moyen-Age et la nécessité sociale de défendre les intérêts du consommateur....</i>	29
§ I. — L'organisation de cette défense sous l'influence des doctrines canonistes.....	29
§ II. — Le juste prix.....	33
§ II. — L'interdiction du prêt à l'intérêt.....	40
§ IV. — L'organisation du système de production et la défense de l'intérêt du consommateur.....	45
§ V. — Les règlements corporatifs et l'utilisation des matières premières.....	48
§ VI. — La fixation des prix	56
 CHAPITRE II : <i>La transformation de la technique industrielle place au premier plan dans la doctrine et dans les faits les problèmes de production, d'où l'orientation de l'école classique. La physiocratie avait déjà préparé la voie à cette évolution.....</i>	 64
 CHAPITRE III : <i>Les conflits sociaux et les crises économiques vont remettre au premier plan les problèmes de répartition et par là même l'attention des doctrines se portera sur la consommation.</i>	 79
§ I. — J.-B. Say introduit le chapitre de la consommation dans le cadre de la science économique....	83
§ II. — Sismondi et les ouvriers.....	87
§ III. — Fourier et les intermédiaires.....	90
§ IV. — Les doctrines socio-religieuses et le retour	

à la protection du consommateur.....	101
<i>Section I.</i> — Le Play	103
<i>Section II.</i> — Le solidarisme	107
<i>Section III.</i> — Charles Gide et le coopératisme de l'école de Nîmes.....	112

DEUXIEME PARTIE

Les réalisations en faveur du consommateur

CHAPITRE PREMIER : <i>La protection du consommateur par lui-même</i>	121
§ I. — Nécessité d'une éducation économique plus développée.....	121
§ II. — Influence des conséquences de la guerre...	126
§ III. — La Presse donne des renseignements plus fréquents sur les prix de gros et les prix de détail...	129
§ III. — Le rôle des services de statistiques.....	131
CHAPITRE II : <i>La protection du consommateur avec le concours du groupe et de l'association</i>	138
§ I. — La coopérative de consommation étudiée dans ses directives générales.....	138
§ II. — Les ligues sociales d'acheteurs.....	157
§ III. — Le rôle de l'action communale.....	166
CHAPITRE III : <i>La protection du consommateur par l'Etat</i>	176
§ I. — L'Etat approvisionneur	176
<i>Section I.</i> — Les consortiums.....	177
<i>Section II.</i> — Les baraques Vilgrain.....	182
§ II. — La taxation.....	185

TROISIEME PARTIE

La place du consommateur dans la structure économique moderne

CHAPITRE PREMIER : <i>Aspect dynamique de la question. De la diversité des situations</i>	195
§ I. — La domination du producteur : Son monopole de fait pendant la guerre.....	199
§ II. — Le consommateur arrête la production par son abstinence. La crise de 1920.....	201
§ III. — La collaboration entre les producteurs et le consommateur dans les phénomènes de mode. L'interdépendance des différents milieux.....	211

CHAPITRE II : <i>De la lutte et de l'harmonie des intérêts du producteur et du consommateur</i>	219
§ I. — Les projets de reconstruction économique, la place du consommateur. L'usager et les chemins de fer.....	219
§ II. — Les chambres des consommateurs.....	224
§ III. — Des formes d'entente entre le consommateur et le producteur	228
§ IV. — L'organisation coopérative du commerce de détail.....	231
CHAPITRE III : <i>Le règne du consommateur est-il souhaitable ?..</i>	236
§ I. — Que doit-on comprendre par le règne du consommateur : c'est la réhabilitation du consommateur	236
§ II. — On ne peut aboutir à un régime durable dans l'ordre économique que par l'harmonie des intérêts La tendance à l'équilibre ne peut être que le résultat d'un régime loyal d'échange.....	239
§ III. — Aspect moral aussi bien qu'économique de la question. Les ravages de la guerre à cet égard. Nécessité d'une évolution vers une économie non point âpre dans la recherche du profit, mais pénétrée du sentiment de la solidarité économique, de la collaboration étroite entre le producteur et le consommateur.....	240
Conclusion.....	243
Table des Matières.....	250

